



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO
INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES

T E S I S

**SOBRE LAS INTENCIONES, LOS USOS Y LAS SIGNIFICACIONES
EN TORNO A LAS REPRESENTACIONES DE LOS CUERPOS DE
LAS MUJERES. EL FENÓMENO DEL BOOBSTREAMING EN
TWITCH Y FACEBOOK GAMING**

Para obtener el grado de
Maestro en Ciencias Sociales

PRESENTA

Lic. Irving Jesús Hernández Carbajal

Directora

Dra. Celia Mercedes Alanís Rufino

Pachuca de Soto, Hgo., México., 15 de mayo de 2022.



MTRO. JULIO CÉSAR LEINES MEDÉCIGO
DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
PRESENTE.

Estimado Maestro:

Sirva este medio para saludarlo, al tiempo que nos permitimos comunicarle que una vez leído y analizado el proyecto de investigación titulado **"Sobre las intenciones, los usos y las significaciones en torno a las representaciones de los cuerpos de las mujeres. El fenómeno del boobstreaming en Twitch y Facebook Gaming"**, que para obtener el grado de Maestro en Ciencias Sociales presenta el **Lic. Irving Jesús Hernández Carbajal**, matriculado en el Programa de **Maestría en Ciencias Sociales**, de la Décima Primera Generación (2020-2021), con número de cuenta 436159; consideramos que reúne las características e incluye los elementos necesarios de un trabajo de tesis, por lo que, en nuestra calidad de sinodales designados como jurado para el examen de grado, nos permitimos manifestar nuestra aprobación a dicho trabajo.

Por lo anterior, hacemos de su conocimiento que, al alumno mencionado, le otorgamos nuestra autorización para imprimir y empastar el trabajo de Tesis, así como continuar con los trámites correspondientes para sustentar el examen para obtener el grado.

ATENTAMENTE
"Amor, Orden y Progreso"
Pachuca de Soto, Hgo., a 29 de abril del 2022.



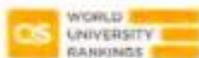
DR. ALBERTO SEVERINO JAÉN OLIVAS
DIRECTOR

DRA. CELIA MERCEDES ALANÍS RUFINO
DIRECTORA DE TESIS

DRA. ITZIA MARÍA CAZARES PALACIOS
LECTORA

DR. MANUEL JESÚS GONZÁLEZ MANRIQUE
LECTOR

Carretera Pachuca-Actopan Km. 4 s/n,
 Colonia San Cayetano, Pachuca de Soto,
 Hidalgo, México. C.P. 42084
 Teléfono: 52 (771) 71 720 00 ext 4201, 4205
 icshu@uaeh.edu.mx



AGRADECIMIENTOS:

Muchas gracias a CONACyT por su apoyo para poder realizar la presente investigación, el recurso obtenido por medio de la Convocatoria BECAS CONACyT NACIONALES durante el periodo 2020 al 2021, fue vital para poder concluirla en tiempo y forma.

Agradezco a la Dra. Celia Mercedes Alanís Rufino el compromiso, la dirección, el asesoramiento y sobre todo la paciencia para poder llevar a un puerto satisfactorio el presente trabajo académico. Doy las gracias por las asesorías, los comentarios críticos y las recomendaciones al Dr. Manuel Jesús González Manrique y a la Dra. Itzia María Cazares Palacios, miembros del comité académico.

Reconozco el trabajo y el alto involucramiento que me brindó la Coordinación del Posgrado en Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Atesoro los conocimientos y las clases que me fueron impartidas por parte del claustro docente de la universidad, que ahora también es mi segunda alma máter.

En lo personal y en lo humano, agradezco y dedico este trabajo a mi madre, a mi abuela y a Claudia Michelle Damián Zenteno, mi pareja, las tres mujeres increíbles que admiro y que me han acompañado con amor en este proceso. ¡Muchas gracias!

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
-------------------	---

CAPÍTULO I. ELEMENTOS Y CARACTERÍSTICAS DEL FENÓMENO DEL BOOBSTREAMING: LAS PLATAFORMAS, LAS STREAMERS Y LOS COMENTARIOS

Introducción al capítulo.....	15
Streaming: ¿una nueva práctica en internet?.....	16
Monetización de las transmisiones.....	21
Contexto del término “boobstreamer”.....	25
El código de vestimenta en Twitch.....	29
Las políticas de censura en Facebook.....	32
Las cuentas de las streamers que se analizarán.....	36
Construcción del tipo ideal de una boobstreamer.....	48
Ari Gameplays.....	51
Ama Blitz.....	53
Adaxmoon.....	55
Dannyan.....	57
Windy.....	60
Allison Cazo.....	64
Sunny.....	66
xLightMoonx.....	68
Milky.....	70
Princelosa Sysy.....	73
Azeneth Medina.....	75
Los comentarios en forma de acróstico.....	78
Los comentarios que son nombrados como “poemas”.....	84
Otro tipo de comentarios.....	89
Consideraciones finales del capítulo	94

CAPÍTULO II. ESTRUCTURAS GENÉRICAS Y CONTEXTOS QUE ATRAVIESAN AL FENÓMENO DEL BOOBSTREAMING

Introducción al capítulo	95
El género como estructura y el poder como ejercicio masculino.....	96
El patriarcado como escenario de las boobstreamers.....	102

Pactos patriarcales en el caso de las boobstreamers.....	108
El caso de Ingrid Sol Oliveira.....	111
El tráfico de las mujeres y su intercambio.....	116
La cosificación de las mujeres desde la sexualización de sus cuerpos.....	120
El consumo de los cuerpos de las mujeres a través de sus imágenes y representaciones.....	137
Sobre la libre elección y la monetización en el contexto del neoliberalismo.....	145
Consideraciones finales del capítulo	152

CAPÍTULO III. LAS IMÁGENES DEL FENÓMENO DEL BOOBSTREAMING, SUS INTENCIONES Y SENTIDOS

Introducción al capítulo.....	154
La construcción de un ideal estético: la representación de las mujeres en las revistas de moda.....	157
La representación social de las mujeres a través de las fotografías.....	161
La representación de los cuerpos de las mujeres en la publicidad.....	165
La intencionalidad de las imágenes.....	169
Erotismo y desnudos en plataformas de contenido exclusivo.....	173
Sobre la estética de las boobstreamers.....	181
Ideas regulativas en torno a las mujeres.....	191
El funcionamiento del poder.....	196
Redes sociales, ¿un nuevo escenario para las relaciones de poder?	200
Relaciones de poder contenidas en el caso de las boobstreamers.....	212
Consideraciones finales del capítulo.....	216

CONCLUSIONES.....	219
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	224
ÍNDICE DE COMENTARIOS.....	225
ÍNDICE DE TABLAS.....	225
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	225
REFERENCIAS.....	226

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de internet ha permitido que sea más visible el devenir de ciertos fenómenos sociales que acontecen, ahora en el espacio digital. En este punto surgen algunas preguntas: ¿hay un traslado de lo que ya pasaba de manera regular en la sociedad sólo que a un nuevo formato? ¿O hay una producción de nuevas formas de relacionarse? Puesto en otras palabras, lo que sucede en internet, ¿se originó ahí? ¿O es sólo una nueva faceta, en modalidad virtual, de algo que ya había ocurrido en el espacio físico?

Lo cierto es que el uso cada vez más constante de internet, sumado al tiempo que muchas personas le dedican a las redes sociales, convierte al espacio digital en un elemento de análisis que demanda ser atendido, desafiando en el proceso a las metodologías y superando algunos conceptos tradicionales de las Ciencias Sociales, pero forzando y permitiendo que se desarrollen nuevas herramientas teóricas y categorías de análisis, resultando en unas que son más adecuadas para estos formatos digitales, revolucionando de esta manera las concepciones que se tenían en torno a las interacciones sociales y a sus elementos.

Los puntos anteriores se hicieron todavía más evidentes en el transcurso de los años 2020 y 2021, cuando la cuarentena derivada del virus SARS-CoV-2 alcanzó su mayor apogeo, teniendo como una de las consecuencias la limitación de las interacciones sociales de manera física, optando por trasladarlas a una forma virtual, incluyendo ámbitos como el laboral y el educativo. En muchos países del mundo, entre ellos México, las personas a la par de que realizaban un resguardo para ponerse a salvo del virus y reducir con esta acción la cadena de contagios, hicieron incursiones más numerosas al espacio digital, aumentando el tiempo dedicado a la modalidad online.

El aumento del tiempo destinado al espacio digital y el crecimiento de la cantidad de personas que se convierten en usuarios permite que el número de las interacciones en este formato se vuelvan más notorias y registrables. Fue de esta manera que se inició con la detección del fenómeno, empezando con el registro de una serie de comentarios en las fotografías y las transmisiones de ciertos perfiles de Facebook que funcionaban como avatares de mujeres que eran en algún nivel famosas, algunas de ellas trabajaban para medios noticiosos principalmente de la industria de los deportes, como la conductora mexicana Jimena Sánchez. Al inicio la pregunta era, ¿por qué hay usuarios que dedican algo de su tiempo para escribir comentarios sexualizantes en dichos perfiles? Con el seguimiento de los comentarios se hizo

cada vez más notorio que no podía dejarse de lado aquello que los causaban, es decir las fotografías; fue en ese punto que la investigación se decantó por hacer un análisis centrado en la realidad fotografiada y en aquello que se mostraba, dejando como segundo elemento las reacciones en la forma de los comentarios que recibían.

Al darse un cambio del objeto de la investigación a las fotografías se mostró que lo que sucedía en los perfiles de las conductoras de programas deportivos era interesante, pero resultaba muy disímil en cuanto a los elementos se refiere, existiendo poca consistencia entre lo que sucedía en los diversos perfiles, quedando estos como casos específicos y particulares. Pero haciendo el rastreo de los comentarios sexualizantes de los usuarios se fue detectando que había un grupo de mujeres que también lo estaban experimentando, siendo mujeres que realizaban la práctica del gaming a través del streaming. De esta manera surge el interés de estudiar el fenómeno, al descubrirse que había una serie de constantes en los elementos, pero también en cuanto a las interacciones que los públicos sostienen con ellas.

La importancia de una investigación como la presente radica en que devela las relaciones que se establecen, aún en el espacio digital, entre los hombres y las mujeres, concediéndoles un sentido que puede ser analizable y criticable, rompiendo de esta manera con la idea de que se tratan de interacciones que son azarosas o casuales. Así veremos que hay sustratos estructurales de naturaleza social de los que abrevan las prácticas de los sujetos, que a primera vista parecen soberanos y singulares en su actuar. “Fenómenos sociales como productos de los sujetos individuales agentes” (Herrera, 2000:52). No se niega de ninguna manera que haya capacidad de agencia en los sujetos, pero tampoco se busca caer en el discurso de que hay sujetos sin que estén atravesados o constituidos por algo de lo social, componentes que van más allá de ellos, haciéndose aún más evidente en las cuestiones que tienen que ver con el género, viendo de esta manera cómo se internalizan y personalizan dicotomías genéricas como la de la masculinidad y la feminidad, ¿qué se espera de un hombre? ¿Qué debe hacer una mujer? Los mandatos genéricos no sólo se trasladan al espacio digital de internet, sino que también se generan en dichos espacios, desde prácticas sociales muy puntuales que reiteran la respuesta a las preguntas anteriormente hechas, configurando las relaciones que se dan entre los hombres y las mujeres, aún de manera digital.

Toda investigación que sea hecha desde las Ciencias Sociales debe aspirar a moverse bajo dos horizontes: ya sea el de la explicación o el de la comprensión. En este caso, por ejemplo,

a través de la interpretación del sentido que tienen las acciones de los sujetos, con la finalidad de ser capaces de analizar lo que origina dichas acciones o favorece las condiciones para que aparezcan, develando sus implicaciones y efectos. Autores como von Wright proponen que la cuestión de la explicación y la comprensión responden a dos largas tradiciones y formas de hacer ciencia, cada una de ellas con sus propósitos y recursos: “La tradición galileana en el ámbito de la ciencia discurre a la par que el avance de la perspectiva mecanicista en los esfuerzos del hombre por explicar y predecir fenómenos, la tradición aristotélica discurre al compás de sus esfuerzos por comprender los hechos de modo teleológico o finalista” (von Wright, 1980:20).

Uno de los aportes de la presente investigación es el ofrecer una manera de acercarse a un fenómeno social, esto haciéndolo desde los productos mismos que son creados, en este caso, a través de las imágenes y las fotografías. En ese sentido nos decantamos por la reconciliación de ambas tradiciones, es necesario explicar las imágenes, pero también es imperativo comprender sus contextos de aparición y de significado. De esta manera se muestra que se puede indagar y generar conocimiento de lo social trabajando y teniendo como objeto de estudio al contenido que ha sido creado a partir de la propia actividad humana, partiendo de la premisa de que es el resultado de interacciones sociales que son complejas y que no pueden ser desdeñadas del estudio.

Se revitaliza y pone de manifiesto la importancia del estudio de las imágenes, más en tiempos como los nuestros, donde su avasallante producción no tiene paralelo. Más que utilizar a las imágenes como viñetas o recursos visuales que acompañen el texto y le den fuerza, se da cuenta de la importancia que tienen *a priori*, esto es como objetos de estudio en sí mismos, que demandan ser explicados para responder a la pregunta de: ¿para qué fueron hechos? Y al mismo tiempo comprendidos, atendiendo al cuestionamiento de: ¿por qué fueron realizadas dichas imágenes? Desde este punto parece que la explicación tiene que ver con un esfuerzo que es exterior, que va más allá del contenido creado, pues se relaciona con su finalidad; mientras que la comprensión se relaciona con el interior de dicho contenido, sobre todo para dar cuenta de las condiciones que permitieron su aparición. La actitud de la que parte este trabajo es que la explicación no es enemiga de la comprensión, todo lo contrario, se pueden volver complementarias, de lo que se trata no es de acrecentar una tradición frente a la otra, el esfuerzo es generar conocimiento acerca del mundo social, mostrando en el

camino que hay diferentes formas de acercarse a un fenómeno social y dar con su sentido de manera más completa, ya que como resume von Wright: “la investigación científica, contemplada en una perspectiva muy amplia, presenta dos importantes aspectos. El escrutinio y descubrimiento de hechos es uno de ellos, el otro es la construcción de hipótesis y teorías” (von Wright, 1980:17). Ambos aspectos son importantes y necesarios, no podemos renunciar a ninguno de ellos, necesitamos descubrir hechos y a la par debemos generar los conceptos y las teorías que nos permitan entenderlos y darles una significación que sea científica, esto es, que utilice un método y que pueda trascender los sesgos de las creencias y las opiniones. En esta investigación los hechos sociales que han sido registrados y observados son importantes, pero no pueden aparecer solos, esto es de manera descriptiva, sino que vienen acompañados de conceptos, categorías y teorías que deben ser probadas, en cuanto a su rendimiento se refiere, o refutadas si no consiguen su propósito. No basta con relatar y describir las acciones de los sujetos sociales, las Ciencias Sociales deben ofrecer la explicación de sus intenciones y la comprensión de sus sentidos; y lo mismo debe hacerse con las imágenes, no basta con mostrarlas, hay que explicarlas, comprenderlas, reconstruyendo sus contextos de aparición y brindándoles una explicación desde los propósitos bajo los cuales fueron hechas.

Una de las hipótesis generales de la investigación es que las fotografías que producen las *streamers* tienen la intención de generar deseo en sus seguidores y así obtener la atención de un público mayormente masculino, que done y se suscriba a sus sitios y plataformas; empleando al sexo como un recurso llamativo, que ofrece un diferenciador a las *streamers* y a su contenido generado, frente a toda la oferta de transmisiones que hay en internet, volviéndose un recurso tentador para algunas *streamers* que son mujeres, ya que les puede significar seguidores, popularidad y dinero. La hipótesis sugiere que hay una relación entre las representaciones de los cuerpos de las mujeres, a través de sus fotografías y la posibilidad de obtener dinero a través de ellas.

Para comprobar lo anterior o estar en condiciones de refinarlo o refutarlo, las preguntas generales de las que parte el trabajo de investigación son las siguientes:

- ¿Cuáles son los elementos que componen al fenómeno del *boobstreaming* y cuáles son sus características?
- ¿Cómo se manifiestan las cuestiones y problemas derivados del género en el fenómeno del *boobstreaming*?

- ¿Cuál es la intencionalidad y el sentido que tienen las imágenes que producen las *streamers* en sus transmisiones y fotografías?

En congruencia con las preguntas hechas y derivados de ellas, estos son los objetivos y los compromisos que se asumen en la presente investigación:

-Develar los componentes del fenómeno del boobstreaming y sus características, dando cuenta de que está conformado por diversos elementos que lo permiten: plataformas, tecnologías, sujetos, en la forma de *streamers* y de usuarios, el contenido generado, imágenes y transmisiones, retroalimentación a través de los comentarios y reacciones de usuarios. Agregando la variable de que existe un mercado, donde está implícita la cuestión de la generación de dinero, a través de una oferta y demanda.

-Revisar la influencia que tiene el género en las prácticas del *gaming* y el *streaming*. Dando cuenta de cómo las interacciones y las relaciones que se establecen en el espacio digital parten desde las ideas dicotómicas y preconcebidas de la feminidad y la masculinidad, que pretenden indicar cuál es el lugar y el papel que tienen las mujeres y los hombres.

- Reconstruir y encontrar la intencionalidad de las imágenes que producen las *streamers*, teniendo en cuenta a quiénes van dirigidas y cómo son consumidas y retroalimentadas. Contemplando la posibilidad de que se puede generar dinero a través de transmisiones y suscripciones a sitios. Problematizando quiénes son los productores de las imágenes.

A las dos tradiciones que menciona von Wright habrá que agregarle una tercera, que va más allá de la comprensión y de la explicación, pero que tiene que ver con ellas: la transformación. Propuesta sobre todo iniciada por la tradición marxista, donde el imperativo se condensa en lo mencionado en las *Tesis sobre Feuerbach*, “los filósofos no han hecho más que interpretar de diversos modos el mundo, pero de lo que se trata es de transformarlo” (Marx, 2010:17). Si bien el objetivo de la investigación es analizar a las relaciones que se dan entre las mujeres y los hombres en el espacio digital, acotado en las plataformas de *streaming*, no se pretende hacerlo con la intención final de justificar un orden y legitimarlo, todo lo contrario hay una voluntad expresa de mostrar el elemento histórico y social, que lo que devela es cómo ha sido, pero al mismo tiempo abre la puerta al cuestionamiento de cómo podría ser, esto se explica de la siguiente manera: que un fenómeno se haya comportado así no justifica ni crea la necesidad de que siga repitiéndose. Todo lo contrario, mostrado su mecanismo desde la comprensión y la explicación, obtenemos las premisas que develan el movimiento que existe en lo social, rompiendo con la idea de que hay una suerte de esencia o naturaleza que es

inamovible y necesaria. En este punto la idea patriarcal que ubica a los hombres como sujetos, activos y superiores se expone, pero no con fines de normalizarla y promocionarla, todo lo contrario, se exhibe cómo algo que ha sido creado y de la misma manera puede ser combatido, desde el cuestionamiento de que no hay ninguna necesidad, ontológica ni natural, de que sea así. Si las estructuras han creado órdenes desde las acciones de los sujetos, se pueden crear nuevos sistemas o por lo menos transformar a los existentes.

Otra de las aportaciones de la investigación es trabajar con un fenómeno social que se sigue desarrollando, que no hemos visto su final, sino que es uno que se encuentra transformándose, moviéndose en cuanto a las plataformas se refiere y también cambiando en sus elementos y características; de esta manera se contribuye al estado de la cuestión para registrar la actividad que ha tenido en esta temporalidad y que sirva a futuros trabajos para tener un documento donde puedan contrastar cifras, evoluciones y comportamientos, además de metodologías y rutas teóricas de explicación y comprensión.

Trabajar con las imágenes es desafiante en muchos niveles y se vuelve aún más difícil si además agregamos que son producto de la actividad que realizan los usuarios en el espacio digital, esto atendiendo a la cantidad tan enorme de datos que se producen todos los días, agregando el aspecto de su preservación y conservación: son tantas las imágenes producidas que terminan sumergidas por nuevas imágenes. Pero lejos de querer reducir la complejidad de las imágenes, lo que se hace es asumirla y trabajar desde ella, por eso es necesario tener una ruta a seguir, sobre todo para garantizar el cumplimiento de los objetivos que se han propuesto. Es por eso que nos decantaremos por trabajar con las propias imágenes generadas en el fenómeno, empleando una metodología que nos permita no sólo dar con su sentido e intención, también reconstruir sus contextos de aparición y visibilizar aquellos elementos que ha permitido de surjan. Esto lo haremos desde cuatro coordenadas metodológicas: la primera indagando en los productores de las imágenes, que en este caso son las *streamers*; saber quiénes son, cómo se hacen llamar, en qué tipo de contextos sociales viven, cuántos años tienen, investigando su estado civil, su escolaridad, si tienen hijos, cuántos seguidores tienen, en qué plataformas transmiten, cuándo crearon sus perfiles, qué juegos transmiten y practican, si tienen presencia en otras redes sociales o plataformas, cómo lucen, qué ángulos en la cámara utilizan, etc. Todo lo anterior con la finalidad de establecer una serie de constantes y regularidades que nos permitan obtener un perfil ideal, en el sentido de que sea

una abstracción construida que indique cómo sería una *streamer* del fenómeno del *boobstreaming*.

La segunda coordenada está en función del contenido de la imagen, es decir el análisis de aquello que ha sido fotografiado, atendiendo a este aspecto desde la pregunta de por qué se ha elegido fotografiar eso y no otra cosa, lo que nos llevará a indagar acerca de la intencionalidad de las imágenes. La tercera coordenada es contemplar a las tecnologías y plataformas que albergan al fenómeno y que lo permiten; aquí ubicaremos a los sitios donde se transmiten los videojuegos y también las modalidades que ofrecen para generar dinero desde dichas prácticas que son promovidas y contempladas como generación de contenido.

Finalmente, la última coordenada metodológica de análisis es el aspecto que tiene que ver con la recepción de las imágenes, además de su retroalimentación a través de los comentarios que hacen los seguidores de las transmisiones y los perfiles; para finalmente llegar a una circulación, donde los usuarios pueden compartir las fotografías generadas, con diversos propósitos. En este punto se hace necesario investigar a las relaciones que establecen las *streamers* con sus públicos y viceversa, por eso es menester también contemplar y dar cuenta de los comentarios son escritos en sus transmisiones y fotografías.

Desde estas cuatro coordenadas metodológicas podremos ver que efectivamente se trata de un fenómeno social que es complejo, en el que intervienen y participan varios elementos: los productores de las imágenes, las imágenes, las tecnologías que permiten que surjan y también aquellos que las miran y quienes son considerados como el público, al cuales dichas imágenes están siendo dirigidas, existiendo una circulación de dinero en el proceso. De esta manera veremos que el análisis de las imágenes es más complejo que la simple interpretación de los píxeles, se trata de una investigación que ordena a los elementos que intervienen en su producción y consumo. Siendo una aportación de la investigación el establecimiento de una metodología que nos permita dar cuenta de los elementos que participan en el fenómeno y desde ellos poder darles una sistematicidad y sentido; porque las imágenes no aparecen solas, son producto y resultado de las acciones de los sujetos sociales que hacen uso de su capacidad de agencia, aunque estén orientados por estructuras, existiendo en el proceso una serie de interacciones y relaciones sociales que mantienen con otros sujetos.

Hay tres núcleos que la investigación trabaja: el primero es referente al fenómeno del *streaming*, el segundo a las imágenes que han sido creadas y el tercero a los aspectos que han

sido configurados desde el género. Estos tres núcleos son trabajados por separado, pero al final tienen una consistencia y terminan por retroalimentarse.

Respecto al fenómeno del *streaming* y de la actividad de los creadores de contenido tenemos como antecedente el trabajo que ha desarrollado la Universidad de Indiana, titulado “Gender Conversation in a Social Game-Streaming Platform”, en el que se analizan a una gran cantidad de mensajes y comentarios que reciben *streamers* hombres y mujeres, dando cuenta de la diferencia del tono y contenido de estos textos: a los hombres son referidos los aspectos de los juegos y los que reciben las mujeres se relacionan con su aspecto y con cuestiones derivadas del cuerpo de aquellas que transmiten. Otro trabajo importante con el que dialoga la investigación es con el realizado por Estíbaliz Linares, quien problematiza y señala que los videojuegos y su práctica ha sido tradicionalmente un espacio masculino, de esta manera hay una resistencia que impide que las mujeres se sienten representadas en los juegos, encontrando desde los personajes un papel de lo femenino como un aspecto secundario, siendo princesas que deben de ser rescatadas o parte de los escenarios, siendo una práctica construida por hombres para hombres, con poco espacio para que las mujeres incursionen. En ese sentido la investigación que Jorge García desarrolla para El País es importante, escribiendo en torno al machismo que existe en la industria de los videojuegos, recopilando declaraciones de las propias jugadoras que denuncian el acoso y la falta de oportunidades que tienen en comparación con los jugadores que son hombres, insistiendo en que hay una serie de prejuicios machistas aún en el novedoso espacio digital.

Respecto a la parte de la discusión del género se incluye un diálogo con el trabajo de Gayle Rubin, sobre todo en su artículo “El tráfico de las mujeres: notas sobre la economía política del sexo”, donde analiza cómo históricamente las mujeres han sido objeto de intercambio, reducidas a cosas, esto para expandir y acrecentar por ejemplo las relaciones de las familias. Siguiendo con la discusión en torno a la cosificación, se considera lo expuesto por Rosa Cobo, quien agrega que el cuerpo de las mujeres ha sido reducido a ser un objeto desde su sexualización, concepción que vuelve a las mujeres en seres que sirven para la procreación y la sexualidad, volviéndolas medios y no fines en sí mismos. Se dialoga con el trabajo de Ana de Miguel, quien reflexiona el dilema del neoliberalismo, donde las mujeres obtienen dinero, dando la sensación de que se empoderan económicamente, pero parece que es con la

condición de que se exploten a sí mismas y hagan ellas mismas la sexualización de sus cuerpos, para ofrecerlos como productos de consumo.

En el estudio de las imágenes dialogamos con el trabajo de Gubern, quien habla de la pornografía y de la mirada pornográfica, mostrando cómo hay una tensión por querer ver más y cómo se han desarrollado técnicas que privilegian la visión. Gubern además reflexiona el elemento de la interactividad en la realidad virtual, espacio donde lo que tenemos son mayormente imágenes. También se incluye a Berger en la discusión, autor que trabaja la mirada y los objetos que son vistos, haciendo una diferencia entre la desnudez y el estar desnudo, desenmarañando las funciones de los desnudos en las imágenes, sobre todo viendo en cómo son objetos en los que buscamos una mirada de complicidad. Finalmente se dialoga con Sayak Valencia, filósofa que sostiene que en el régimen live las imágenes producen a la realidad y no buscan representarla, creando una estética de algo que luce más deseable y fascinante, formándose hasta comunidades, prácticas y sentidos alrededor de estas imágenes. La estructura de la presente investigación responde a tres capítulos: en el primero lo que se expone y revisa son a los elementos que componen el fenómeno del *boobstreaming*, dando cuenta de las plataformas digitales donde se desarrolla el *streaming* y el *gaming*. El segundo elemento tiene que ver con los sujetos, en ese sentido tenemos a las *streamers* que realizan contenido en la forma de transmisiones y fotografías, mismas que son comentadas por los seguidores; lo complejo de estos comentarios que reciben se encuentra en la tensión en la que se mueven, si bien su público las sigue, les hacen donaciones y les dan *like*, los comentarios que escriben son altamente sexualizantes y ofensivos. Se analiza también el elemento del dinero, ¿cómo ganarlo haciendo estas actividades? ¿Es fácil o no? Se desarrolla el término “*boobstreamer*” y se hace una genealogía del movimiento que ha tenido en las plataformas de *streaming*, generalmente por medio de la sanción a los canales y a la censura de los contenidos, desarrollándose hasta políticas para contener y erradicar dicho fenómeno por parte de las plataformas, como en el caso de Twitch, a través de un código de vestimenta.

En el segundo capítulo se desarrolla la cuestión conceptual, desde las categorías de análisis, sobre todo las que tienen que ver con el género, revisando qué es una estructura patriarcal, qué son los pactos patriarcales y cómo siguen vigentes aún en el espacio digital y también en la industria de los videojuegos y los *eSports*. En la investigación se hará presente el punto de que la violencia patriarcal no se escapa de los espacios digitales, llegando hasta a

materializar, como se revisa en el caso de la *streamer* Ingrid Sol Oliveira y su feminicidio. El segundo momento del capítulo tiene que ver con una revisión conceptual de la objetivación de los cuerpos de las mujeres a través de su sexualización, viendo cómo han sido históricamente traficados o intercambiados. Para ir perfilando la explicación al fenómeno se delimita la cosificación y el consumo que se ha hecho de los cuerpos de las mujeres al aspecto de su representación, es decir el uso de las imágenes, en la forma de fotografías y videos para ser consumidos visualmente. Se contextualiza el fenómeno en el neoliberalismo, donde la explotación deja de pasar por un tercero y la cuestión se delega en las propias mujeres, haciendo que se vean beneficiadas por la circulación del dinero, pero aceptando voluntariamente hacerlo, confirmando el estado de dominación histórico en el que las mujeres han estado y que no es simétrico en cuanto a las condiciones en las que los hombres se han desarrollado.

Finalmente, en el tercer capítulo se revisa la cuestión de las imágenes que producen las *streamers*, viendo cómo se ha construido hasta una estética, que está en función no de representar a la realidad, sino de producirla, creándola a través del uso de accesorios como diademas con orejas de animales, maquillaje, pelucas y lentes de contacto, logrando la imagen de mujeres como las que aparecen en los videojuegos y los personajes del *anime*. Se problematiza la cuestión de la creación de las imágenes; ya que en el fenómeno las *streamers* son las creadoras de sus fotografías, rompiendo con el modelo anterior, en el que las mujeres eran objeto de contemplación y de representación, pero también se muestra que dichas imágenes están destinadas para un público muy específico, que en general es el masculino, en este punto la mirada masculina sigue estando presente en sus imágenes. Se analiza también la función que tienen los aspectos relacionados al sexo, sobre todo como elementos que llamen la atención y “cacen miradas”. Se pone sobre el análisis una serie de ideas y de discursos que busca clasificar a las mujeres desde el cómo lucen y cómo se comportan, asignando una serie de prejuicios y hasta de valores, tanto en los hombres y en las propias mujeres. Se contempla lo que acontece en las plataformas de contenido exclusivo, donde hay fotografías y videos que pueden ser explícitos, eróticos o pornográficos. Finalmente se revisan las cuestiones que tienen que ver con el poder y las relaciones que se establecen entre las *streamers* y los usuarios, poniendo en el centro quién puede ser visto y quién puede mirar.

CAPÍTULO I. ELEMENTOS Y CARACTERÍSTICAS DEL FENÓMENO DEL BOOBSTREAMING: LAS PLATAFORMAS, LAS STREAMERS Y LOS COMENTARIOS

INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO

Los fenómenos sociales que acontecen en el espacio digital se ven atravesados y configurados por varios elementos: el primero de ellos son los propios participantes, mismos que realizan prácticas que tienen un sentido, es decir, en los que va implícita una intención. A las acciones de los participantes hay que sumarle las propias interacciones que mantienen con otros usuarios que navegan en internet, lo que nos lleva al segundo elemento: el público o usuarios que miran dichas prácticas y las retroalimentan, siendo algunos capaces de participar en ellas, al comentarlas o compartirlas. El elemento de la interacción se explota en el espacio digital, porque el contenido que se genera se realiza con la idea previa de que será visto o consumido por alguien más, por un otro. El tercer elemento tiene que ver con las tecnologías que permiten que acontezcan dichas prácticas. Las tecnologías incluyen hasta las infraestructuras, de naturaleza material, como los cables, los dispositivos, fuentes de energía, computadoras, cámaras, etc. También en el aspecto tecnológico está presente la parte intangible que tiene que ver con el software desarrollado, donde se incluyen los programas, los algoritmos y las plataformas digitales que contienen y regulan a las interacciones de los usuarios, desde unas normas comunitarias y protocolos que se han ido generando, en las que algunas praxis se permiten y se fomentan, mientras que otras se censuran y castigan, generándose un marco dicotómico entre lo que es prohibido y lo que no. Dentro de toda la singularidad que cada agente social puede llegar a tener, podemos establecer una serie de elementos comunes que se reiteran en las prácticas, estableciendo generalidades y tendencias que permiten dar cuenta que hay estructuras previas que configuran a los sujetos y a sus acciones, pero que no niegan ni cancelan que exista una capacidad de agencia, “un sujeto tiene agencia si tiene facultad de acción, tiene conciencia y actúa deliberadamente, y es responsable de sus acciones” (Vargas, 2017:12). En el presente capítulo se dará cuenta de los elementos que componen al fenómeno de las boobstreamers, analizándose el origen de esta práctica, revisando las plataformas donde acontece, analizando el desarrollo y despliegue que ha tenido el fenómeno. También a los usuarios que consumen el contenido y las maneras en las que se relacionan con las mujeres que lo realizan. Finalmente se analizará a los sujetos sociales y a sus acciones, dando cuenta de sus sentidos e intenciones.

STREAMING: ¿UNA NUEVA PRÁCTICA EN INTERNET?

A muchas personas les puede parecer distante y extraño el fenómeno que se da de manera cada vez más frecuente en las plataformas de internet; donde un usuario juega un videojuego en vivo, mientras que un gran número de seguidores miran atentos dicha transmisión. Estas prácticas sociales, que bien podrían parecer novedosas y difíciles de comprender por su aparente ociosidad, que se expresa en la siguiente pregunta: ¿por qué alguien dedicaría algo de su tiempo para ver jugar a otro usuario? Tan sólo causan extrañeza para aquellos que no están relacionados con la industria del entretenimiento digital, pues lo que se traduce como algo poco productivo para los que están ajenos, para los seguidores y creadores de las transmisiones es precisamente lo contrario. Una experiencia análoga, que sirve hasta de antecedente a estas prácticas, se encuentra en los deportes. La pregunta que establecimos anteriormente podría trasladarse a este ámbito y en ese sentido sería legítimo cuestionar: ¿por qué hay gente que destina tiempo para observar deportes, como el fútbol o el basquetbol?

Ese irresistible apetito de ver que es tan característico de la inteligencia humana [...] Leonardo Da Vinci, que tanto nos ha ayudado a entender la visión humana, expresó antes que Freud la naturaleza de esta pulsión, al relatar su sueño entrando en una cueva oscura: <Al cabo de un momento – escribe Leonardo-, dos sentimientos me invadieron: miedo y deseo, miedo de la gruta oscura y amenazadora, deseo de ver si no contiene alguna maravilla extraordinaria> (Gubern, 1996:10).

No hay una única respuesta, Gubern, por ejemplo, nos habla de un deseo natural en los seres humanos por querer mirar, buscando estremecerse y maravillarse a través de la vista. Pensar en una persona siguiendo las partidas de su equipo favorito de fútbol seguro parece más cercano en su comprensión para más personas, porque dicho deporte es bastante popular en nuestro contexto cultural e histórico, no sólo en cuanto a su práctica se refiere, también en su consumo a través de la contemplación. Se abre de esta manera una diferenciación entre el deporte mismo, como algo que puede ser practicado, y también como algo que puede ser visto, por tanto, consumido y ofrecido como un producto. Practicar un deporte o jugar un videojuego puede ser comprendido como una práctica recreativa, es decir, entretenida para aquel que la realiza, porque pone en funcionamiento su cuerpo y atención. Pero en lo referente a su contemplación por otras personas, es decir a la audiencia que mira, pueden surgir varias dudas. ¿Por qué los seres humanos disfrutan de ver a otros realizando una actividad que bien podrían ellos mismos hacer? La primera respuesta que ensayaremos aquí,

que no es la definitiva ni mucho menos la única, será aquella que tenga que ver con los fines pedagógicos, es decir: mirar para aprender cómo se hace algo.

Muchos de estos aficionados a las transmisiones de los juegos en línea, son también jugadores. Algunos, desde la contemplación, pueden buscar aprender. Por ejemplo, a seleccionar las mejores combinaciones, encontrar los pasadizos secretos, saber cómo superar un nivel o a elegir los mejores aditamentos. Una buena parte de la experiencia del aprendizaje de los seres humanos es en un primer momento a través de la observación, para llegar después al momento de la repetición, desde la imitación de aquello que se ha visto con anterioridad. De esta manera aprendemos a hablar, a caminar y hasta a ir al baño. Puede acontecer la experiencia pedagógica en la contemplación de los deportes. Hay niños y jóvenes que buscan en la transmisión de un partido aprenderse las reglas de un juego, ver cómo pegarle a un balón, descubrir cómo usar el uniforme y personalizarlo u observar un nuevo movimiento. Si bien esta respuesta soluciona algunos aspectos problemáticos, también deja abiertos otros puntos acerca de la contemplación, ya que no todos los que ven los partidos de fútbol pretenden ser futbolistas, ni tampoco todos los que siguen estas transmisiones son jugadores o quieren serlo. Tenemos que ensayar una segunda respuesta, que no niegue a la anterior, pero que la pueda complementar. El *streaming* se ha convertido en una práctica muy popular en los últimos años, porque, además de enseñar, también brinda otra posibilidad, la de la interacción, que se da precisamente en tiempo real. Poder preguntarle directamente a la persona que estás viendo jugar, también alentarla, pedirle que te mande un saludo, que lea tu comentario frente a los demás usuarios, la interacción le brinda un importante atractivo a esta modalidad.

La interactividad es un factor fundamental en el complejo sensorial ilusorio de la RV, ya que hace trascender el mero percibir del espectador hacia el actuar del operador, pues al usuario de la RV no se le llama espectador sino operador (sería más justo llamarle optador, ya que opta entre las propuestas que se le ofrecen), y no contempla un espectáculo, sino que navega por un ciberespacio, con el que interactúa constantemente (Gubern, 1996:170).

La palabra *streaming* es un anglicismo, que se refiere a una práctica, que puede ser entendida como “la visualización de vídeo o música en tiempo real a través de una serie de plataformas destinadas a ello” (Peiró, 2021). También ha sido definida de la siguiente manera: “retransmisión en directo, emisión en continuo, transmisión por secuencias, lectura en continuo, difusión en continuo, descarga continua” (Faverón, 2021). El *streaming* se ha vuelto tan popular que se han creado diversos servicios y plataformas que ofrecen desde

películas, series, documentales hasta música, a cada vez más usuarios. Siendo ésta la naturaleza de Netflix, Disney+, Amazon Prime, HBO GO, Spotify, etc.

El mundo *gamer* también se ha trasladado a estas modalidades, aprovechando los beneficios de la tecnología del *streaming*, realizando lo que se conoce como transmisiones en vivo o *lives*, que son vistos por otros usuarios. Y algunos han tenido una buena recepción y audiencia, tanto que también han surgido plataformas especializadas que se dedican a estas transmisiones de videojuegos, entre ellas: Twitch, Facebook Gaming y YouTube, principalmente. Como ejemplo de éxito en el *streaming*, tenemos a Richard Tyler Blevins, mejor conocido como Ninja, un *gamer* profesional estadounidense, que cuentan con más de 17 millones de seguidores en Twitch y que en 2019 fue el *streamer* más seguido de dicha plataforma. Se estima que tiene un promedio de 40,000 espectadores por semana; razón por la que algunos conocedores del medio *gamer* lo llaman “el streamer más famoso del mundo” (LevelUp, 2021).

Se ha generado toda una industria que produce dicho contenido y han encontrado personas que lo quieran consumir. En el fenómeno del *streaming*, enfocado en el *gaming*, hay todo un sistema de monetización, donde ganan las plataformas que prestan sus espacios y servicios digitales, también generan dinero los creadores de contenido que realizan las transmisiones, además de que obtienen ganancias los patrocinadores que se anuncian en dichas sesiones o en los uniformes y finalmente tenemos a los usuarios que disfrutan los en vivo. En Twitch, por ejemplo, se puede mirar una transmisión sin ninguna dificultad, sólo requiere de tener una conexión a internet estable y un equipo que se pueda conectar. Pero si quisiera hacer uso del *chat* e interactuar, los usuarios se tienen que registrar y crear una cuenta en dicha plataforma. Eso nos puede indicar que no sólo hay una intención contemplativa en los *streamings*, también está manifiesto el deseo de la interacción, una que además sea en tiempo real.

Antes de las transmisiones en vivo, en plataformas como YouTube se subían videos pregrabados, donde los jugadores pasaban ciertos niveles o presentaban y reseñaban algún videojuego. Estos videos fueron llamados *gameplays*, entendiendo por este término: “la manera en la que el jugador interactúa con el juego o la manera en la que el juego interactúa con el jugador” (Cervera, 2019). Dichos *gameplays* sirvieron de antecedente para el desarrollo del *gaming* vía *streaming*, esto por varias razones, pero una de las principales por

la cantidad de vistas que generaban estos videos. Pero todavía faltaba un elemento en los *gameplays*, que era precisamente el de la interacción que brinda la modalidad del tiempo real. Ya que si bien, alguien puede escribir un comentario en un *gameplay*, no se tiene la certeza de que algún día vaya a ser respondido, y aunque en un *streaming* tampoco haya la confirmación de que será atendido, las posibilidades parecen mayores y la satisfacción, en caso de que sea respondido el comentario, también se eleva, porque en un *gameplay* uno no tiene la certeza de saber quién contestó, mientras que en *streaming* puedes confirmarlo, viendo además al *gamer* leer el comentario en frente de otros usuarios. “La RV sustituye la contemplación pasiva tradicional por la participación en tiempo real, que puede ser una pluriparticipación heterogénea, en el caso de la RV compartida, lo que destruye el concepto de <público unificado> y plantea nuevos problemas teóricos”. (Gubern, 1996:171).

El *gaming* no sólo se ha desarrollado como una industria que ha triunfado en el entretenimiento; su despliegue ha sido cada vez más complejo y desafiante. Términos como “deportes electrónicos” o *eSports* adquieren relevancia, sobre todo asentados en el elemento de la competencia. Se ha abierto una discusión espinosa, ¿los *eSports* son propiamente deportes? La respuesta dependerá desde qué posición se parta y cómo se quiera argumentar; pero si se reconoce que prácticas como el automovilismo o el ajedrez lo son, parece que también puedan serlo los videojuegos. El argumento es el siguiente: aunque el prejuicio indica que hay una injerencia menor del cuerpo del competidor, comparado con lo demandante de otras actividades físicas; en el *gaming* también se requieren de múltiples habilidades y reflejos físicos, además de un alto nivel de concentración, de memoria, en concreto el desarrollo de cierta actividad mental, para poder tener éxito en ellos y ganar.¹ En el contexto de la pandemia por COVID-19, los *eSports* han tenido oportunidades interesantes para asentarse y popularizarse. Según datos de Forbes México:

Pandemia de COVID vuelve a los mexicanos más “gamers”. 57.4% de la población total mexicana se considera gamer. A finales de 2021, México tendría 76.7 millones, 6.1% más que el año pasado. La conversación sobre el gaming creció 14% en Twitter en 2020 y 2021. Superó los 2 billones de tuits en 2020 y para 2021 se registraron 2.4 billones de tuits. Alcanzó una generación de ingresos por 32,229 millones de pesos en 2020 + 4.4% respecto a 2019. (Forbes México, 2022).

¹ “Existen jugadores de deportes electrónicos que ganan más dinero que deportistas profesionales del bádminton, golf o ciclismo. [...] El premio otorgado a los ganadores del “Fortnite Fall Skirmish Series 2018” (*eSports*) fue mayor que el premio otorgado al ganador del Tour de Francia (ciclismo), “1.500.000\$” y “580.000\$” respectivamente” (Galán, 2019:13).

Además de estos datos, hay otras muestras del crecimiento y popularización del *gaming*, por ejemplo, con la cancelación de las actividades que implicaran el aglomeramiento de personas y la posibilidad de contagios, muchas competencias deportivas fueron afectadas en 2020, entre ellas, la Liga Mexicana de Fútbol. Ante la demanda de entretenimiento por parte de los seguidores y de contenidos para que los pudieran transmitir las cadenas televisivas, se desarrolló y llevó a la práctica un torneo con todos los equipos de la liga de fútbol, pero esta vez no jugando físicamente, sino que se enfrentaron a través del videojuego de FIFA. Los encuentros fueron televisados, narrados y consumidos como si se trataran de partidos reales, todos con un alto grado de competencia; diluyendo y desafiando las distancias entre lo real y lo virtual, acercando a los deportes y a los *eSports*².

La polémica y discusión también ha llegado a ámbitos internacionales, por ejemplo, en las entrañas del Comité de organización de los Juegos Olímpicos, donde deliberaron si debían de ser considerados como eventos de exhibición, con la posibilidad de que otorgaran medallas. La resolución fue positiva y se realizaron el 23 de julio del 2021, días previos a los Juegos Olímpicos, siendo “el primer evento con licencia olímpica oficial para deportes virtuales y no físicos” (Forbes, 2021). Tomas Bach, presidente del Comité Olímpico Internacional declaró que:

La Serie Virtual Olímpica es una experiencia digital olímpica nueva y única que tiene como objetivo aumentar el compromiso directo con nuevas audiencias en el campo de los deportes virtuales. Su concepción está en consonancia con la Agenda Olímpica. Fomenta la participación deportiva y promueve valores olímpicos, con enfoque especial en la juventud. (Forbes, 2021).

Los anteriores ejemplos son muestras importantes de que los *eSports* y sus transmisiones han ganado credibilidad y reconocimiento en diversos sectores y por muchas instituciones, lo que ha permitido que se consoliden no sólo como un entretenimiento, sino también como competencias, que además están bien organizadas.

² “Durante las transmisiones en vivo de Facebook, Twitter, YouTube y Twitch de la Liga MX, junto con los clubes participantes, se logró un alcance de 8.8 millones de personas, 608 mil interacciones y un consumo total de 130.2 mil horas de video. Destacó también la nueva red social: Twitch, especializada en *eSports*, con 114.3 mil espectadores únicos” (Esto, 2021).

MONETIZACIÓN DE LAS TRANSMISIONES

Las redes sociales y plataformas de *streaming* sirven de escenario de nuevas interacciones sociales; llegando a convertirse en espacios digitales donde la gente no sólo se entretiene, también trabaja y obtiene ingresos económicos en ellas. Por ejemplo, para que los usuarios que tengan una cuenta y un canal en Twitch puedan ganar dinero a través de él, deben cumplir con lo siguiente: “Haber transmitido por lo menos 500 minutos en los últimos 30 días. 2. Haber realizado un directo en los últimos 7 días. 3. Haber alcanzado una audiencia de más de tres espectadores. 4. Tener por lo menos 50 seguidores en su canal” (Twitch, 2022).

Si las cuatro condiciones anteriores se cumplen, el usuario podrá convertirse en afiliado de Twitch y de esta manera es posible que gane dinero monetizando sus transmisiones. En Twitch hay una moneda virtual que llama “Bit”, que funciona a través de un sistema de donaciones, donde el *streamer* gana dinero gracias a los bits que le den sus espectadores, pero sólo un porcentaje. Los bits se pueden comprar a través de Amazon y una vez que son adquiridos por los usuarios, estos pueden convertirlos en “Cheers”, emojis que mandan a los *streamers* y que tienen denominaciones diferentes³. Además de las donaciones de bits, Twitch también tiene un programa de suscripciones, para que los *streamers* que estén afiliados puedan recibir dinero de maneras más regulares. Funciona de la siguiente manera:

Una suscripción permite a un espectador pagar un mínimo de \$4.99 al mes para apoyar tu canal, ya sea de forma periódica o de una sola vez. Los suscriptores obtienen acceso a tus emoticonos y otros beneficios que puedes definir. Hay múltiples niveles disponibles para los suscriptores que quieran aportar niveles adicionales de apoyo subiendo el precio a \$9.99 o \$24.99 al mes (Twitch, 2022).

Otra manera en la que los afiliados pueden ganar dinero en Twitch es a través de anunciar ciertos productos, como videojuegos o artículos relacionados al *gaming* y demostrar que estuvieron involucrados en la venta. De esta manera el *streamer* puede llevarse un porcentaje del 5% (Romero, 2021). Después de la afiliación, hay un segundo nivel para los usuarios de Twitch, que consiste en que se vuelvan socios de la plataforma. Los requisitos para aspirar a serlo son: “Haber transmitido por lo menos 25 horas. 2. Haber realizado una transmisión en los últimos 12 días. 3. Tener una audiencia de por lo menos 75 espectadores” (Twitch, 2022).

³ “Cuando un espectador envía Cheers, en el chat aparecen emoticonos de gemas de Bits, Cheermotes (versiones animadas de emoticonos populares) o Cheermotes personalizados (para socios). Recibes \$0.01 por cada Bit usado en tu chat. Los Bits también pueden usarse en ciertas extensiones para la página de tu canal. Cuando tu público use Bits en extensiones, recibirás un 80% de \$0.01 por cada Bit usando la extensión, y el desarrollador recibirá el 20% restante”. (Twitch, 2022).

No basta con cumplir las condiciones anteriores, Twitch se reserva el derecho de admitir a los candidatos a socios y de rechazar sus postulaciones. Los socios tienen más beneficios que los afiliados; no sólo ganan más dinero, también tienen la posibilidad de agregar publicidad y anuncios en sus transmisiones, obteniendo ganancias de los patrocinadores y de las marcas. Para que Twitch le dé dinero a un usuario, ya sea afiliado o socio, la condición es que el *streamer* junte más de 100 dólares. Si no consigue, por lo menos, esta cantidad no habrá un pago y el saldo se irá acumulando mes con mes hasta que se llegue a la cifra anteriormente señalada.

En algunos países, como España, México y Turquía, Twitch anunció el 20 de mayo del 2021 que redujo el precio de las suscripciones, que como hemos descrito, es el ingreso más constante de los *streamers*, pasando de 4,99 a los 3,99 dólares. Estados Unidos, Canadá, Japón y Suiza fueron países que no sufrieron el reajuste de precios (Sanmartín, 2021). El reajuste, que parece una buena medida para que las suscripciones sean más accesibles para un mayor número de seguidores, ha resultado en una disminución de ingresos considerable para los *streamers*, sobre todo para los que apenas van comenzando. La política de Twitch protege a los *streamers* más populares, pero pone en una situación comprometida al resto, esto lo podemos comprobar en el programa que lanzó la plataforma para compensar el reajuste de precios:

Si transmites al menos 85% de tus horas en directo de referencia en un mes y cumples con otros criterios, serás pagado por el ajuste de ingresos para compensar cualquier pérdida. Tras superar los promedios se recibirá el montaje superior y no el pago de incentivo, aunque se mantendrá la oportunidad de ser elegible para los incentivos en el futuro (Vida Extra, 2021).

El programa que lanzó Twitch protege y compensa a los usuarios con más seguidores, pero no contempla a todos los afiliados. Esta es una de las razones por la que algunos *streamers* se han desplazado de Twitch a Facebook Gaming, entre ellos, *streamers* muy populares como: Maylen, *streamer* argentina que ahora cuenta con 7.8 millones de seguidores en Facebook Gaming. RodriiFN de España que tiene 101.370 k seguidores en Twitch y Aitorek *gamer* profesional de Barcelona de 104.9 k seguidores en Twitch (Liber, 2021), por mencionar algunos casos. Las tendencias y los cambios que han acontecido en las políticas de monetización de Twitch parece que tienen un claro propósito: que cada vez sean menos los usuarios que ganen dinero en dicha plataforma y que los que lo logren sean los *gamers* que se han profesionalizado en serlo y no los novatos. Así lo comprueban las cifras que reveló

el director de tecnología de Flexxible IT, Kilian Arjona: “el 90% de las emisiones de Twitch en español tienen un total de 3 o menos espectadores de media” (Arjona, 2021). Si recordamos que la audiencia mínima para ser afiliado de Twitch y poder generar dinero es de 3 espectadores, podemos inferir que son muy pocos los canales que reciben dinero por transmitir. “Existen más de 30 mil personas que han emitido “al menos 20 días distintos al mes, un total de 160 horas o más”, según apunta el estudio de Arjona. Desgraciadamente, solamente el 5% de estos canales alcanza una media superior de 45 viewers. El 75% ni llega a los 7 viewers” (Tejedor, 2021). Las cifras anteriores demuestran que hay muy pocos afiliados a Twitch y por tanto son escasos los *streamers* que generan mucho dinero en la plataforma, ya que la audiencia mínima para ser socio es de por lo menos 75 espectadores. La situación para los usuarios de Twitch, sobre todo para los que van empezando o tienen un alcance limitado o moderado, es poco alentadora. Pero no es así para la propia plataforma, que “creció un 40% en la segunda mitad de 2020 gracias a la pandemia. Esta red social de *streaming* recibe 30 millones de visitantes a diario” (Guarneros, 2021).

El modelo que propone Twitch no es tanto una apuesta por los nuevos talentos, en todo caso es por llevar a diferentes marcas y gente famosa a que cree sus canales en su plataforma. Ignacio Estanga, director de contenido en Twitch Latinoamérica declaró que, en el contexto de la pandemia, “los creadores de contenido querían pasar más tiempo con sus seguidores, además de mantenerse conectados con su audiencia [...] No se trata sólo de ver un video, sino de interactuar y hablar con las personas mientras transmiten” (Expansión, 2021). Como ejemplos de esta apuesta, tenemos la realización de conciertos a través de Twitch, como el de Kanye West y Drake, eventos y competiciones, como los SquidCraft Games o en vivos de personajes que ya son famosos, como los deportistas: “Javier “Chicharito” Hernández y Sergio “Kun” Agüero, ambos futbolistas que transmiten partidas de videojuegos o reacciones a videos donde entablan una relación con sus seguidores, gente que de otra manera tendría muy poca oportunidad de verlos” (Guarneros, 2021). Kilian Arjona concluye su estudio con una recomendación para los usuarios que recién estén interesados en ganar dinero a través del *gaming* y el *streaming*:

Resumiendo, pensadlo bien antes de dejar vuestra carrera para comprar una cámara chula y luces LED para vuestra habitación. Tener éxito en esto es igual de difícil (o más) que llenar un auditorio para que la gente pague por verte hablar [...] Un 4% de los usuarios que emitieron en Twitch en español durante estos dos meses (enero y febrero) no obtuvieron ni un único espectador en ningún momento, mientras que casi un cuarto de usuarios nunca tuvieron más de un espectador, siendo ellos mismos en la mayoría de ocasiones (Arjona, 2021).

Por su lado, Facebook Gaming funciona de manera diferente al resto de las plataformas, porque aprovecha a la base de usuarios que ya tiene registrados en su red social, sin que tengan la necesidad de registrarse en otro sitio, ni tampoco que deban descargar alguna extensión. En el rol de espectador basta con tener una cuenta en Facebook para poder acceder al contenido de Facebook Gaming. Dicha plataforma ofrece un servicio con dos tipos de experiencias o modalidades: la primera como espectador y la segunda como creador de contenido. Para los creadores también existe la posibilidad de la monetización de sus *streamings*. Facebook Gaming trabaja con un programa llamado Level Up, que es un sistema al que los creadores de contenido se pueden postular para ganar dinero. Pero para que sean aceptados, los candidatos necesitan cumplir con varias condiciones y requisitos, entre ellos:

1. Tener una página de creador de videojuegos.
2. Retransmitir en directo al menos 2 días en los últimos 14 días.
3. Retransmitir en directo al menos 4 horas en los últimos 14 días.
4. Tener por lo menos 100 seguidores.
5. Que el país desde donde transmitas esté dentro de la lista de aceptados por el programa.
6. Cumplir con las normas comunitarias y las políticas de monetización para socios.
7. Tener más de 18 años. (Facebook Gaming, 2021).

El programa también funciona a través de un sistema de donaciones por parte de los espectadores de las transmisiones, ellos premian y pueden otorgar ganancias a los creadores de contenido. Esto bajo la forma de estrellas que tienen un valor económico: cada estrella tiene un valor de 0.01 dólar. Es decir, para ganar un dólar, se necesita recibir cien estrellas. “Los creadores de vídeos de juegos que cumplan los requisitos pueden ganar 0,01 USD por estrella recibida. En ordenadores, Facebook se lleva un porcentaje de ingresos de hasta el 30% en el caso de los paquetes más pequeños, y de hasta el 5% para los más grandes”. (Facebook Gaming, 2021).

A su vez los espectadores pueden comprarlas, pero el mínimo para poder adquirirlas es de por lo menos 95 estrellas. De esta base se va escalando de grupos de 250, 530, 1200, 3000 y 6400 estrellas. Los precios de estos paquetes varían, a veces pueden ofrecerse promociones y descuentos para hacerse de ellas.

CONTEXTO DEL TÉRMINO “BOOBSTREAMER”

Los videojuegos tradicionalmente han sido concebidos como un ámbito masculino. Esto lo podemos entender si revisamos a los primeros videojuegos de la historia y los elementos que los componen. Por ejemplo, sus personajes protagonistas son hombres, mismos que realizan actividades consideradas masculinas. Tal es el caso del juego *SpaceWar* (1962), donde dos naves se enfrentan en el espacio, disparándose. También está *Pac-Man* (1980), una criatura amarilla que devora fruta para acumular puntos, teniendo que evadir fantasmas en el camino; en futuras entregas surge *Ms. Pac-Man*, su esposa. Quizá el mejor ejemplo es el videojuego con uno de los personajes más famosos: *Mario Bros* (1981), un fontanero que tiene que atravesar múltiples niveles para rescatar a una princesa que ha sido raptada por un reptil malvado.

Ante esta realidad, las chicas no se sienten representadas ni vinculadas de forma positiva. Ellas culturalmente han sido educadas desde otros parámetros -ligadas a la emotividad, sensibilidad, cuidado ajeno, responsabilidades...- y, además, ven que sus cuerpos y figuras son maltratados y utilizados como objetos, tal y como ocurre en el GTA, donde su rol es el de ser parte del escenario o prostitutas (Linares, 2020).

Es muy posible que las mujeres no se hayan podido sentir representadas en los videojuegos ni tampoco identificadas con los personajes femeninos que ahí se muestran, porque los creadores, productores y comercializadores han sido en su gran mayoría hombres, como es el caso de Toru Iwatani, Shigeru Miyamoto y Steve Russell. Pero cada vez más se desafía el prejuicio de que los videojuegos son exclusivos de lo masculino y esto ha permitido que se desarrollen y consoliden personajes que sean femeninos. También se ha dado una diversificación importante de las temáticas y modalidades de los videojuegos, aunque esto quizás sea con el fin de captar e integrar a un público más amplio.

Mientras que PlayStation se ha centrado en fabricar juegos vinculados a los valores más próximos a los masculinos, como la competitividad, la violencia y los deportes. Nintendo ha creado videoconsolas y los juegos de estrategia y de roles tipificados, como los cuidados y la protección de animales, los diseños de moda, los juegos de simulación, de cocina... Acompañados, de un sinfín de colores pasteles y de fantasía que revisten las videoconsolas y los contenidos de los videojuegos. Así, en los años 90 la compañía de videojuegos comenzó a sacar los “pinks games” (Linares, 2019:112).

A la par de los nuevos personajes y juegos, también hay más jugadoras alrededor del mundo. Por ejemplo, en 2018, la Asociación Española de Videojuegos publicó que “en España existen más de 16,8 millones de jugadores. El 41% son mujeres y el 59% hombres” (AEVI, 2018:29). Como revisamos en apartados anteriores, el *streaming* le ha ofrecido nuevas

modalidades y recursos al ámbito del *gaming*, entre ellas la posibilidad de la interacción en tiempo real entre aquel que juega un videojuego con el que lo está viendo. Hay muchas clases de *streamers*, pero las personas que se dedican a jugar videojuegos son llamadas generalmente *gamers*, Facebook Gaming los denomina “creadores de contenido”. Los *gamers* que realizan *streaming* no sólo son diversos en cuanto a su contenido y juegos, también lo son respecto a su género: hay *gamers* hombres y mujeres. Pero la incorporación de las mujeres al mundo del *gaming* no ha sido fácil, existen múltiples resistencias. Por ejemplo, según datos de Business Insider España “del medio centenar de creadores de contenidos más seguidos en Twitch en España, sólo el 6% del total son mujeres” (Business Insider, 2021) y ellas sólo “generan un euro por cada 20 que ingresan los hombres” (Ídem). Estas cifras muestran que los *gamers* más populares siguen siendo hombres y además son los que más dinero obtienen. El estudio realizado por Stream Hatchet en 2017, analizó la plataforma Twitch, obteniendo resultados similares a los de Business Insider España:

Analizando los 500 streamers con más horas vistas en agosto tenemos que solo 16 mujeres forman parte de esta lista. Solo el 3.2% de las horas vistas en el top 500 fueron en canales de mujeres [...] Los canales con más seguidores en agosto. Esta vez hay más mujeres: 53 de 500 canales. Syndicate es el hombre que aparece en el primer puesto, con 2,452,873 seguidores. La primera mujer que aparece es LegendaryLea, está en el puesto 52 y tiene 620,900 seguidores (Stream Hatchet, 2017).

Además de la poca visibilidad y popularidad, las mujeres que hacen *streaming* se enfrentan a otras dificultades, entre ellas el acoso y la sexualización. En el estudio del 2016, titulado *Genderd Conversation in a Social Game-Streaming Plataforma*, se analizó el contenido de 70 millones de mensajes que fueron publicados en 200 canales de *gamers* hombres y en 200 canales pertenecientes a mujeres.

Los canales femeninos están caracterizados por palabras acerca de la apariencia física, el cuerpo, las relaciones y los saludos, mientras que los canales masculinos se caracterizan por palabras relacionadas con el juego. [...] El género de un streamer está significativamente asociado con los tipos de mensajes que reciben (Nakandala, Ciampaglia, Makoto & Ahn, 2016).

En el estudio de la Universidad de Indiana vemos que las palabras que más reciben los canales que pertenecen a mujeres son: bonita, hermosa, sonrisa, bebé, encantadora, cásate, pechos, hermosa, omg, hot, hola, boobs, canción, love, gatos, gatito, Emily, Cassie. Mientras que las palabras que reciben los hombres son: época, intentos, consistente, reset, escudos, rápido, despacio, pelea, falla, franco, juego, nivel, jefe, Adam, volador, Arv (Ídem).

Con todo este panorama de diferencias entre *gamers* hombres y mujeres, en sitios como Urban Dictionary se empezó a popularizar el uso del término “boobstreamer”, que es definido de la siguiente manera: “Boobstreamer (NOUN) When a female or transgender streamer has a game in a small window and their breasts are in front of the webcam. The boobstreamers are fucking everywhere. You watch them without noticing”. (PizzaBoiYT, 2016).

El término *boobstreamer* surge en los países de habla inglesa, concretamente en Estados Unidos. Aparece como una palabra despectiva para referirse a las mujeres que realizan *streaming* y que alguna parte de su pecho se muestra en la transmisión, sobre todo cuando es de forma intencional y constante, es decir: durante toda la transmisión y que se repite en varios en vivos. *Boobstreamer* es un anglicismo compuesto por dos términos, “boobs” que puede ser entendido como pechos y “streamer”, que será la persona que realiza las transmisiones. De esta manera vemos que no es un fenómeno que ocurra de forma exclusiva en sólo un lugar del mundo. En algunos países de Latinoamérica, como México y Chile, ha surgido un término equivalente, que es menos popular, pero que también se usa de manera despectiva para referirse a estas mujeres, diciendo que son “chichistreamers”⁴, el sentido es el mismo, la palabra “chichi” es un regionalismo para referirse a los senos.

Aunque el fenómeno es internacional, dichas prácticas han ganado relevancia y notoriedad en Latinoamérica, sobre todo por el alcance que han tenido sus exponentes, como se demuestra en el ranking que hizo Stream Charts, donde anuncian a las mujeres que hacen *streaming* con más vistas en Twitch, en enero del 2022, colocando a la *streamer* mexicana Ari Gameplays en el segundo puesto, sólo por debajo de Amouranth, la *streamer* estadounidense con más seguidores en el mundo.

⁴ En Spotify y YouTube está disponible un podcast llamado “Los Compadres”, su episodio número 6, publicado el 14 de noviembre del 2019, se titula “Las chichistreamers”, durante una hora y 18 minutos, hablan del tema.



Streams Charts
@StreamsCharts

...

Most watched female @Twitch streamers for 4th week of January:

- 1 @Amouranth
- 2 @arigameplays
- 3 @pokimanelol
- 4 @saddummy
- 5 @KSP09647684
- 6 @Natsumiii
- 7 @lamCristinini
- 8 @fuslie
- 9 #dda_ju
- 10 @TheSommerset

♀ More stats for female creators:

streamcharts.com/channels?platf...

STREAM CHARTS [@StreamCharts]. (29 de enero del 2022). "Most watched female @Twitch streamers for 4th week of January" [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/StreamsCharts/status/1487520874089652232>

Ya desde finales del 2021 Ari Gameplays se había consolidado como “la streamer hispanohablante más seguida en Twitch” (Guiñón, 2021), con 2600000 seguidores, superando a la *streamer* española Cristinini, que en el ranking de enero del 2022, la vemos ocupando el séptimo sitio. Además de que “fue quien más seguidores sumó a nivel global en 2021 (160% año sobre año)” (Forbes, 2022). Como se ha mostrado, ganar dinero haciendo *streaming* no es algo sencillo, pocas personas logran obtener recursos económicos estables de estas plataformas. Así ha surgido la idea en muchos usuarios de que las mujeres que lo logran han sido porque “la tienen más fácil”, ya que pueden explotar otros recursos, como sexualizar sus transmisiones. Lo anterior tiene necesariamente sus matices, ya que no se puede generalizar, no todas las mujeres que hacen *streaming* participan de lo que se entiende por *boobstreamers* y a la vez, parece que, tampoco se puede negar que algunas mujeres que son *streamers* sí lo hacen de manera intencional.

El término fue introducido y popularizado por los usuarios y seguidores del *gaming* y el *streaming*, sobre todo como una forma de reclamo y de burla. Estos dos elementos son muy importantes para el fenómeno, veremos que hay una serie de tensiones entre las *streamers* y sus públicos, ya que por un lado reciben muchos comentarios negativos, pero por el otro pueden tener una gran cantidad de seguidores. Como parte de los reclamos de los seguidores, está la cuestión de los juegos que transmiten estas *streamers*, considerando que son unos con poca dificultad, muy populares sobre todo entre gente que se va iniciando en el *gaming*, como es el caso de Fortnite, Free Fire y Minecraft. El disgusto de algunos seguidores parece que tiene que ver con la intención de las *streamers* de ganar dinero, más allá que interesarse en los videojuegos. Además de las transmisiones de *gaming*, muchas de estas *streamers* tienen una fuerte presencia en otras redes sociales, sobre todo en aquellas que se mueven a través del contenido compuesto por fotografías, como Instagram, y los videos, como TikTok. En estos espacios ya no juegan videojuegos, sino que se muestran realizando otro tipo de prácticas, como grabarse bailando, realizando coreografías o generando contenido como memes, donde ellas son las protagonistas.

EL CÓDIGO DE VESTIMENTA EN TWITCH

Reporta Twitch que reciben más de “17,5 millones de visitantes al día y una audiencia promedio de más de 1,5 millones de espectadores. Además, cada mes, más de 4 millones de creadores de contenido realizan directos en la plataforma” (Twitch, 2021). Twitch fue lanzada en junio del 2011 y después, en 2014, fue comprada por Amazon. Facebook Gaming, por su parte, es del 2018, nacida como competencia directa de Twitch. Twitch tiene sus normas comunitarias, mismas que constantemente se modifican, haciéndose más específicas, buscando atender a las prácticas y al uso que le dan los usuarios a su plataforma. El génesis de las *boobstreamers* no se encuentra en Facebook Gaming, aunque su despliegue sí. El fenómeno aconteció primero en Twitch. La situación de las *boobstreamers* no pasó desapercibida por Twitch y en febrero del 2018 la plataforma tomó oficialmente cartas en el asunto, al publicar en su blog las actualizaciones de las pautas de comunidad:

Twitch es una comunidad global abierta con usuarios de muchas edades y culturas. Debido a esto, es importante que su contenido no sea de naturaleza sexual. Estamos actualizando nuestro marco de moderación para revisar su conducta en su totalidad al evaluar si la intención es ser sexualmente sugerente. Observaremos elementos contextuales como el título de la transmisión, los ángulos de la cámara, los gestos, los paneles, la vestimenta, las superposiciones y la moderación del chat. Ofrecer acceso a contenido sexual prohibido como lascivo en Twitch sigue estando prohibido (Twitch, 2018).

Sin tener que nombrar directamente al fenómeno, ni a las personas involucradas en él, las restricciones de Twitch parece que aplican y están pensadas claramente para las mujeres:

La vestimenta en las transmisiones de juegos, la mayoría de las transmisiones en el hogar y todas las imágenes de perfil / canal deben ser apropiadas para una calle pública, un centro comercial o un restaurante. Te recordamos que no toleraremos el uso de esta política como base para acosar a los streamers dentro o fuera de Twitch, independientemente de si crees que están infringiendo esta regla (Twitch, 2018).

Estas actualizaciones fueron entendidas por los usuarios de dicha plataforma más allá de un mero código de vestimenta. Porque, sin hacerlo explícito, parece que están redactadas para servir como un código moral del comportamiento de las mujeres, buscando regularlo; y se asienta bajo la idea de cómo deben de ser las mujeres decentes, esto desde las formas en las que se viste y luce. Las controversias contra Twitch y su política, no se hicieron esperar y llegaron por diversos frentes: muchas mujeres *streamers*, consumidoras de contenido y de algunos grupos feministas, se pronunciaron; haciendo el reclamo de que ellas son libres de vestirse como quieran y que su aspecto no debería tener una relación en cómo son tratadas ni tampoco una importancia, ya sea en el espacio físico y el digital. Por el otro lado tenemos al descontento de varios usuarios, en su mayoría hombres, que dan cuenta de que la intención de las *boobstreamers* es conseguir seguidores y generar dinero, pero no desde su habilidad o destreza para los videojuegos sino desde la sexualización de sus transmisiones.

Más allá de la polémica suscitada entre los usuarios, Twitch fue enérgico a la hora de aplicar las sanciones a las transgresoras de sus políticas, dando de baja a una gran cantidad de cuentas y desapareciendo también sus contenidos. De esta manera miles de *streamers* migraron de la plataforma más emblemática que era Twitch y se instalaron en la más reciente, Facebook Gaming. Como ejemplo paradigmático de la migración está lo sucedido con Ari Gameplays, que pese a tener más de millón treinta y cinco mil seguidores, algunos portales la clasificaron como la segunda *streamer* más popular en Twitch, fue inhabilitada de dicha plataforma varias veces; primero con bloqueos de treinta días y después de manera indefinida. Y aunque la plataforma nunca dio las razones por las cuales lo hizo, se especuló que sucedió como

consecuencia de la actualización de febrero del 2018. La *streamer* declaró para Movistar eSports que “me banearon por escotes, siempre he pensado que era un tema personal” (Movistar eSports, 2021). A manera de reclamo a esta situación, surgió en diferentes redes sociales, sobre todo en Twitter, una campaña llamada #FreeArigameplays exigiendo la habilitación de su cuenta. La iniciativa resultó tan popular que el hashtag se posicionó como tendencia en Twitter.



ARI GAMEPLAYS [@arigameplays]. (30 de septiembre del 2020). “Por cierto amigos, el #FreeArigameplays es para el unban, yo sigo haciendo streamers en face” [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/arigameplays/status/1311409202800193536>

La situación terminó con la *streamer* retirándose de Twitch por un tiempo, aunque en septiembre del 2021 regresó. En ese lapso realizó sus transmisiones vía Facebook Gaming, al igual que muchas otras *streamers* que también fueron censuradas. Si bien Facebook Gaming también tiene sus normas comunitarias, éstas son todavía más permisivas en comparación con las de la actualización de Twitch, ya que no toman en consideración el llamado “código de vestimenta” ni apelan a él como un elemento que pueda significar un mal uso de su plataforma. Es así como el fenómeno de las *boobstreamers* prolifera y acontece actualmente con mayor fuerza y abundancia en Facebook Gaming y cada vez es más escaso y sancionado en Twitch.

LAS POLÍTICAS DE CENSURA EN FACEBOOK

Desde su fecha de lanzamiento, 04 de febrero del 2004, Facebook se ha ido perfilando y consolidando como la red social más importante del mundo, al ofrecer su plataforma y servicios digitales a más de 2,000 millones de personas, de diversos países. El tener a tantos usuarios, de distintos lados, ha resultado complejo y problemático, sobre todo en cuanto a la convivencia se refiere. El sitio escribe:

Reconocemos la importancia de que Facebook sea un lugar en el que las personas sientan que pueden comunicarse, y nos tomamos muy en serio nuestro papel a la hora de evitar cualquier abuso a nuestro servicio. Por eso hemos desarrollado un conjunto de Normas comunitarias que describen qué está permitido y qué no en Facebook (Facebook, 2021).

Facebook reconoce que su principal función es la de permitir que sus usuarios se comuniquen; ya sea expresado ciertas ideas o interactuando con otros usuarios. Pero vemos que la red social asume el papel regulador de dichas publicaciones e interacciones; es decir: no todo está permitido en Facebook, no es, por tanto, un sitio libre ni neutro, que deje que la comunicación fluya de manera espontánea y natural; hay un esfuerzo moderador que sirve de filtro y que decide que está bien y en detrimento de aquello que considera inaceptable. Con la supuesta misión de garantizar la convivencia pacífica entre usuarios, Facebook ha desarrollado una serie de normas comunitarias, bajo las cuales declara el sitio: “si limitamos la expresión, lo hacemos para proteger uno o más de los siguientes valores: autenticidad, seguridad, privacidad y dignidad” (Facebook, 2021). Las normas comunitarias de Facebook, buscando salvaguardar los anteriores valores, contemplan seis aspectos puntuales, cada uno de ellos con sus subdivisiones muy específicas:

- I. Violencia y comportamiento criminal: 1. Violencia e incitación. 2. Personas y organizaciones peligrosas. 3. Organización de actividades nocivas y publicidad de la delincuencia. 4. Bienes regulados. 5. Fraudes y estafas.
- II. Seguridad: 6. Suicidio y autolesiones. 7. Explotación sexual, abuso y desnudo de menores. 8. Explotación sexual de adultos. 9. Bullying y acoso. 10. Explotación de personas. 11. Vulneraciones de la privacidad y derechos de privacidad de imágenes.
- III. El Contenido cuestionable: 12. Discurso de odio o incitación al odio. 13. Contenido gráfico y violento. 14. Desnudos y actividad sexual de adultos. 15. Servicios sexuales. 16. Contenido cruel e insensible.
- IV. Integridad y autenticidad: 17. Integridad de la cuenta y autenticidad de identidad. 18. Spam. 19. Ciberseguridad. 20. Comportamiento no auténtico. 21. Noticias falsas. 22. Contenido multimedia manipulado. 23. Cuenta conmemorativas.
- V. Respeto de la propiedad intelectual: 24. Propiedad intelectual.
- VI. Solicitudes y decisiones relacionadas con el contenido: 25. Solicitudes de usuarios. 26. Protección adicional de menores. 27. Consejo asesor de contenido.

La creación de una norma implica al mismo tiempo la posibilidad de que pueda ser transgredida, lo que nos lleva a preguntar: ¿qué pasa si alguien no acata este decálogo de normas? ¿Cuáles serán las sanciones? En general hay dos formas: la eliminación de una publicación o la inhabilitación, temporal o definitiva, de una cuenta. También hay otros métodos restrictivos, donde “incluimos una pantalla de advertencia de que este contenido puede resultar desagradable” (Facebook, 2021). ¿Por qué la eliminación de un contenido estaría bajo la lógica del castigo? Porque es algo que ya se realizó, es *a posteriori*. Mientras que la inhabilitación de la cuenta, si bien también castiga de primer momento algo que ya se hizo al publicar un contenido inadecuado, según los criterios de Facebook, el peso mayor está en función de ser preventivo, en tanto que ya no lo vuelva a hacer el usuario. Se le castiga desde su potencialidad de reincidir en comportamientos que no son considerados adecuados para la red social. El caso de las *boobstreamers* contempla, por lo menos, dos aspectos: las imágenes, que pueden ser fotografías, videos y transmisiones en vivo; y la recepción que tienen dichos contenidos, es decir: el número de vistas, los comentarios de los seguidores, sus reacciones y la difusión que le dan a estos materiales. En cuanto a las imágenes vemos que Facebook contempla en su inciso catorce a los desnudos y a la actividad sexual de adultos, declarando lo siguiente:

No publiques imágenes de lo siguiente: genitales a la vista (excepto en el contexto de parto o situaciones relacionadas a la salud), ano visible o primeros planos de nalgas totalmente al descubierto, pezones femeninos al descubierto, excepto en el contexto de lactancia, situaciones relacionadas a la salud o como acto de protesta. Actividad sexual: relaciones sexuales explícitas, relaciones sexuales implícitas, estimulación implícita de los genitales o el ano. Erecciones, presencia de subproductos de la actividad sexual, estimulación de genitales o el ano, incluso si es por encima o por debajo de la ropa, uso de juguetes sexuales, estimulación de pezones humanos desnudos, estrujamiento de pechos femeninos. Contenido fetichista que implique: actos que puedan provocar la muerte de una persona o un animal, desmembramientos, canibalismo, heces, orina, escupitajos, mocos, menstruación o vómito. Contenido digital que cumple nuestra definición de actividad sexual (Facebook, 2021).

El dilema de las *boobstreamers* se expresa de la siguiente manera: si el axioma dice que entre más contenido sexual sea mostrado más atención se va a generar, ¿cómo hacer uso de ese recurso sin caer en la censura de los criterios de Facebook? La respuesta parece que se encuentra en el potencial que brinda el erotismo: sugerir sin tener que ser explícito, mostrando algo sin tener que mostrarlo todo. De esta manera tenemos escotes pronunciados o prendas entalladas que alcanzan a cumplir con los criterios de Facebook y al mismo tiempo son sugerentes y llamativos para los consumidores de las transmisiones.

Facebook declara que sus “políticas relativas a los desnudos se han matizado con el paso del tiempo” (Facebook, 2021). Dando cuenta de la intencionalidad del desnudo y de su finalidad, aceptado, por ejemplo, aquellos que tengan que ver con cuestiones de salud, de maternidad, de protesta y también de ciertas expresiones artísticas. Aunque la intencionalidad artística ha causado también sus polémicas, como la que ocurrió cuando se censuró el cuadro de *El origen del mundo*, realizado por el pintor Gustave Courbet, en 1866, en la que pinta el torso de una mujer, con cierto arqueo, que deja al descubierto un abundante vello púbico y una hendidura correspondiente a los genitales femeninos. En este caso del 2015, Facebook inhabilitó la cuenta del profesor francés Durand-Baissas, por publicar en su perfil dicha pintura, ya que la red social consideró que se trataba de pornografía explícita y no de un cuadro de arte. La cuestión se tuvo que resolver en los juzgados, donde Facebook tuvo que reconocer que se había equivocado al suspender la cuenta del profesor, aunque la red social no se vio obligada a pagar la compensación que se le pedía.⁵ Con este ejemplo podemos apreciar la dificultad del juicio y de la tarea de tener que decidir qué es pornográfico y qué no lo es. Develando en el proceso que dependerá de diversos enfoques y criterios en torno a la apreciación.

Es necesario también notar las diferencias que hay entre la sexualización de los cuerpos de las mujeres al de los hombres, esto desde los criterios que tiene Facebook. La cuestión está manifiesta en lo que respecta a los pezones: los femeninos son motivo de censura, mientras que los masculinos no. Resultando esto en otro debate para Facebook y sus usuarios, ya que por más que la red social ha pretendido querer mostrarse sensible a ámbitos femeninos, como la lactancia, la salud y las protestas políticas, sigue sexualizando a las mujeres y a sus cuerpos desde sus criterios de lo que es censurable.

La cantidad de datos que se producen en Facebook es tan alta, que se necesitaría de miles de personas trabajando como guardias del panóptico digital, de día y de noche, esto para asegurar que las normas comunitarias se estén cumpliendo y poder castigar las transgresiones a éstas. Es cierto que Facebook tiene moderadores humanos, pero para optimizar el trabajo emplea algoritmos, que en su acepción más básica son un “conjunto ordenado y finito de operaciones que permiten hallar la solución de un problema” (RAE, 2021). No es de

⁵ “Tres años después, en marzo de 2018, el juzgado falló que Facebook había errado al cerrar el perfil de Durand-Baissas. Sin embargo, el denunciante no tenía derecho a recibir ningún tipo de compensación económica, pues pudo abrirse una nueva cuenta en la red social”. (ABC, 2019).

conocimiento público el cómo funcionan los algoritmos de Facebook ni tampoco sus códigos fuentes, pero se han revelado algunas nociones y principios, como que “Facebook ha utilizado las tecnologías PDQ y TKM + PDQF, que almacena los archivos de forma comprimida en códigos alfanuméricos, también conocidos como digital ashes y los compara con imágenes de contenido dañino” (Cid, 2019).

Toda imagen está compuesta por píxeles, unidades mínimas en color; de esta manera, Facebook utiliza algoritmos que comparan imágenes con otras, desde la composición de sus píxeles. Parece que la red social ha logrado una gran base de datos con imágenes que muestran violencia explícita, explotación sexual infantil, pornografía, terrorismo, etc. Así el algoritmo compara las imágenes que son subidas a la red social con las que conforman su catálogo y si encuentra coincidencias desde la formación y el acomodo de los píxeles, termina por eliminar el contenido y notifica al usuario que posteo el contenido. Esta tecnología, Facebook lleva varios años perfeccionándola. Una de sus primeras puestas en escena ha sido el reconocimiento de rostros en el etiquetado de las fotografías; donde precisamente a la luz del acomodo de los píxeles, la red social puede reconocer el contenido de una imagen, por ejemplo, detectando los rostros humanos por su composición. Para los algoritmos de Facebook el siguiente paso en la detección de los rostros humanos, ha sido que sean capaces de saber a quiénes les pertenecen dichas caras; ahora basta con que el usuario ponga una etiqueta y diga quién de sus contactos es, para que la red social lo registre en una base de datos; y de esta manera Facebook muestra su eficacia, porque, ya después no necesita ni siquiera que vuelvan a etiquetar al usuario, desde su tecnología se anticipa y dice quién es.

LAS CUENTAS DE LAS STREAMERS QUE SE ANALIZARÁN

En la presente investigación se han seleccionado a diez *streamers* para analizar, esto en función de que en sus redes sociales y plataformas de transmisión en vivo acontecen prácticas similares y también porque hay modos muy específicos en las interacciones que sus seguidores mantienen con ellas. A pesar de lo común, también se encontraron particularidades y especificidades en cada una de las cuentas. Estos diez perfiles pertenecen a mujeres que comparten ciertos elementos en común, entre ellos que son del género femenino, mayores de edad, que realizan *streaming* relacionados al *gaming*. Se ha acotado y delimitado a que sean procedentes de Latinoamérica y que su contenido esté escrito en español. En sus fotografías es común poder verlas usando ropa ceñida, los escotes pronunciados son visibles y constantes en sus transmisiones e imágenes. Tienen una base de seguidores en sus redes sociales compuesta mayormente por un público masculino.

La investigación se decantará por analizar las fotografías que son posteadas en las cuentas de Facebook de las *streamers* seleccionadas. Referente a las transmisiones en vivo puntualizamos que resultan más problemáticas en algunos de sus aspectos, sobre todo los que tienen que ver con su duración, ya que algunas transmisiones no se quedan guardadas o pueden ser fácilmente eliminadas; por su naturaleza y tamaño es difícil su almacenamiento para solventar estas eventualidades. Por las razones anteriores se ha elegido analizar las fotografías, sin desdeñar lo que acontece en los *streamings*, de hecho, haciendo la recomendación de que en futuras investigaciones se trabaje directamente con ellos. Los siguientes fueron los criterios que se utilizaron para seleccionar a las *streamers* y a sus cuentas:

- Que su género sea femenino.
- De origen latinoamericano y que su contenido esté disponible en español.
- Que tenga una página de Facebook activa.
- Que tenga más de 120 mil seguidores en su página de Facebook.
- Que juegue algún videojuego (practique *gaming*).
- Que realice transmisiones en alguna plataforma, ya sea Facebook Gaming o Twitch.
- Que haya realizado, por lo menos, una transmisión durante el 2021.
- Que tengan fotografías donde aparezcan elementos relacionados a su actividad de *gaming* y *streaming*, como que aparezcan audífonos, micrófonos, sillas o estaciones de transmisión

Las siguientes diez *streamers* cumplieron con los criterios anteriores:

Ari Gameplays ✓

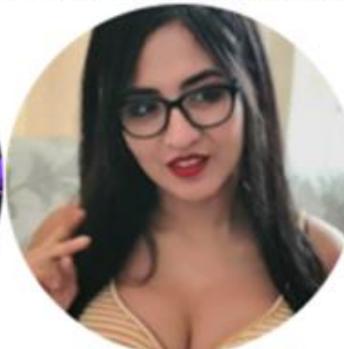
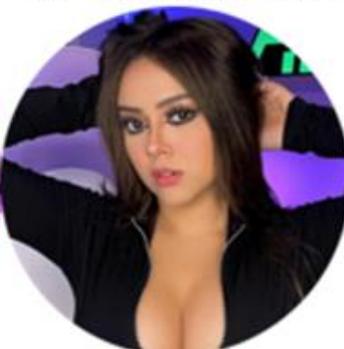
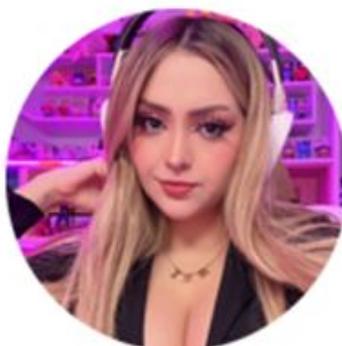
12 millones de seguidores

Ama Blitz ✓

5.5 millones de seguidores

Adaxmoon

5.2 millones de seguidores



Dannyan ✓

4.5 millones de seguidores

Windy ✓

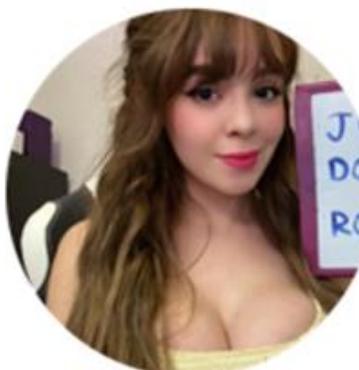
2.5 millones de seguidores

Allison cazo

2 millones de seguidores

xLightMoonx ✓

736 mil seguidores



Sunny

639 mil seguidores

Milky

434 mil seguidores

Princelosa Sysy

134 mil seguidores

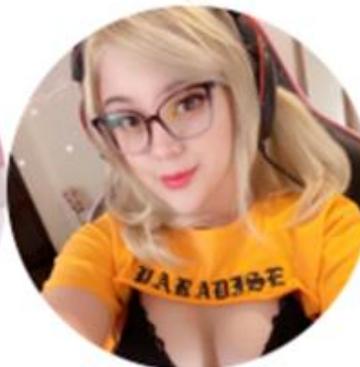


Imagen 1

Referente a la información de las *streamers* seleccionadas, algunos de sus datos fueron encontrados en sus cuentas de Facebook, estando disponible, por ejemplo: su username (el mote bajo el cual realizan sus transmisiones y son conocidas), el número de seguidores, las plataformas desde las cuales juegan y transmiten, además de la fecha de la creación de su perfil en Facebook. Otras variables, como su nombre real, su lugar de nacimiento, su edad, estado civil, escolaridad, la presencia que tienen en otras plataformas y los videojuegos que transmiten fueron obtenidos de otras de sus redes sociales y sitios de internet.

Los perfiles de las diez *streamers* fueron ordenados en función del número de seguidores que tienen, empezando de manera descendente, es decir: de la más popular a la que menos seguidores tiene. De la misma manera, la presentación de cada una de ellas responde al número de seguidores.

La fecha final de recolección y actualización de los datos fue el 08 de enero del 2022.

Tabla 1

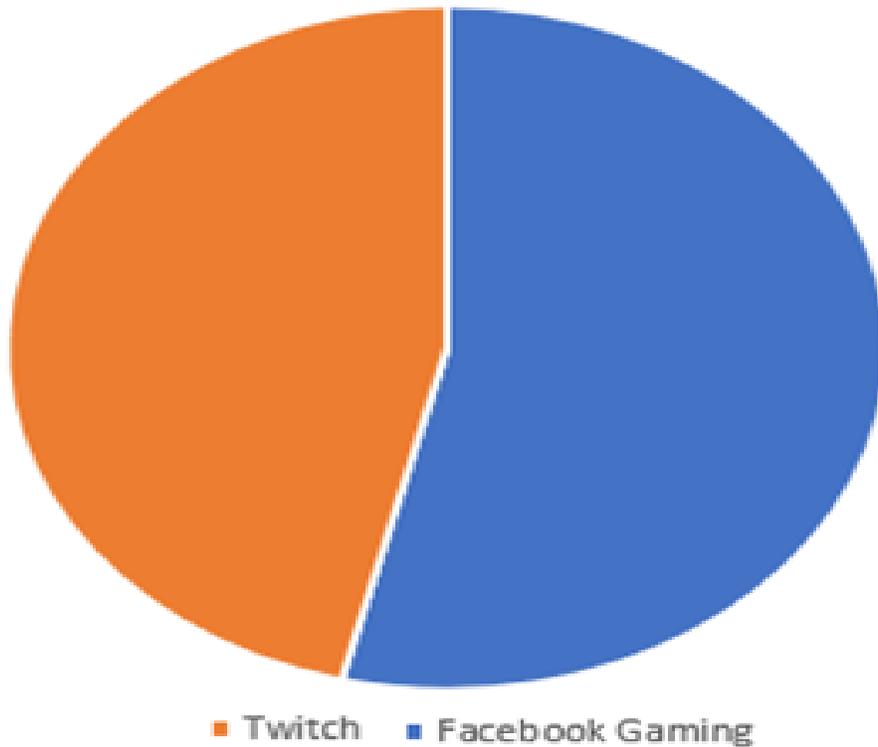
Username:	Plataformas donde transmite:	Presencia en otras redes sociales:	Número de seguidores en Facebook:	Fecha de creación de Facebook:	Videojuegos que streamea:
Ari Gameplays	Facebook Gaming y Twitch.	Facebook, TikTok, Twitter, Instagram y OnlyFans.	12 millones de seguidores.	10 de septiembre 2014.	Fortnite, Overwatch, Minecraft, Planet Coaster y GTA V.
Ama Blitz	Facebook Gaming y Twitch.	Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, TikTok y Mi Priv.	5.5 millones de seguidores.	14 de julio de 2019.	American Truck Simulator, Fortnite, Call of Duty, The Sims 4 y Apex legends.
Adaxmoon	Facebook Gaming.	Facebook, Instagram, TikTok y YouTube.	5.2 millones de seguidores.	26 de mayo de 2018.	Free Fire.
Dannyan	Facebook Gaming y Twitch.	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, OnlyFans y TikTok.	4.5 millones de seguidores.	14 de junio de 2014.	Free Fire, Call of Duty, Sims 4, Minecraft y Overwatch.

Windy	Facebook Gaming.	Facebook, Twitter, Instagram, TikTok y OnlyFans.	2.5 millones de seguidores.	12 de noviembre de 2013.	Mario Kart, Clash Royale, Call of Duty, Overwatch, Free Fire y Fortnite.
Allison Cazo	Facebook Gaming.	Facebook, Instagram, TikTok y OnlyFans.	2 millones de seguidores.	Desconocido.	Free Fire y Fortnite.
xLightMoonx	Twitch.	Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Twitter y Mi Priv.	740 mil seguidores.	05 de enero del 2018.	Smash Bros y Fortnite.
Sunny Nya	Twitch.	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y Ko-fi.	639 mil seguidores.	05 de diciembre del 2013.	Lost Ark, League of Legends y Valorant.
Milky	Twitch.	Facebook, Instagram, Twitter, TikTok y Miao.	434 mil seguidores.	Desconocido.	Free Fire, League of Legends, Grand Theft Auto y Pokémon Unite.
Princesosa Sysy	Facebook Gaming.	Facebook, Instagram y YouTube.	134 mil seguidores.	Desconocido.	Free Fire, Grand Theft Auto y Minecraft.

Tabla 2

Username:	Nombre real:	Lugar de nacimiento:	Fecha de nacimiento:	Estado civil:	Escolaridad:
Ari Gameplays	Abril Abdamari Garza Alonso.	Ciudad Juárez, México.	28 de febrero 1998.	Casada.	Primeros semestres de la licenciatura en Ciencias de la comunicación (UANL).
Ama Blitz	Amairani Garza Alonso.	Monterrey, México.	03 de enero de 1995.	Soltera.	Lic. en Diseño industrial.
Adaxmoon	Desconocido.	Desconocido.	Desconocido.	Desconocido.	Desconocido
Dannyan	Daniela Camacho Martínez.	Ciudad Satélite, Estado de México.	14 de diciembre de 1995.	Soltera (con novio).	Desconocido.
Windy	Katherine Cal Afú	Panamá.	02 de noviembre 1989.	Soltera.	Desconocido.
Allison Cazo	Allison Melanie Castañeda.	San Borja Perú.	Desconocido.	Soltera.	Cosmiatría.
xLightMoonx	Diana Acevedo.	Guadalajara, México.	14 de noviembre 2001.	Soltera.	Estudios universitarios inconclusos.
Sunny Nya	Karen.	Monterrey, México.	28 años.	Soltera.	Desconocido.
Milky.	Felicia.	Costa Rica.	9 de abril de 1997.	Soltera.	Desconocido.
Princelosa Sysy	Desconocido.	Desconocido.	Desconocido.	Desconocido.	Desconocido.

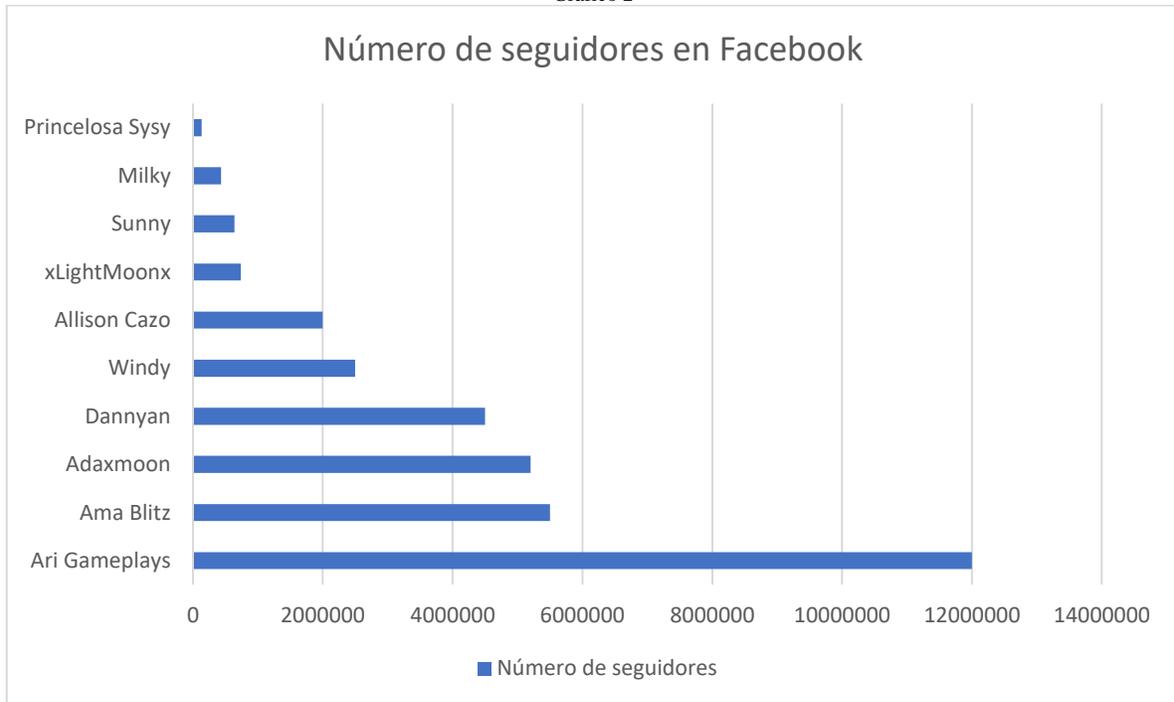
Gráfico 1
Plataformas en las que realizan transmisiones



A pesar del código de vestimenta impuesto por Twitch y de la homologación de las suscripciones, que para algunos *gamers* significó una reducción de sus ganancias, comprobamos con base al siguiente gráfico que sigue siendo una plataforma muy popular y atractiva para realizar *streamings*; esto puede deberse a su historia, ya que desde el 2011 que ha estado operando ha ganado adeptos y también prestigio.

Actualmente hay una competencia intensa entre Twitch y Facebook Gaming. Sobre todo, si tomamos en cuenta el crecimiento de la plataforma de *streaming* de Facebook, que surgió en el 2018 y ha ganado relevancia en el ámbito, convirtiéndose en una opción atractiva para los *streamers*, sobre todo para algunas mujeres, ya que no se ven limitadas ni son censuradas por el código de vestimenta, en ese sentido las reglas comunitarias de Facebook Gaming son más permisivas para estas prácticas. Pese a que Twitch tiene más desarrollados sus sistemas para monetizar, al ofrecer no sólo donaciones sino también suscripciones y pago por publicidad, Facebook tiene a favor el elemento de que hay muchos usuarios base que están registrados en su red social, lo que la convierte en una plataforma a considerar, sobre todo si se va empezando y se busca ganar popularidad.

Gráfico 2



De las diez *streamers* que fueron seleccionadas para el presente estudio, podemos apreciar que la que tiene más seguidores en su cuenta de Facebook es Ari Gameplays, con casi el doble de los seguidores de su hermana, Ama Blitz, quien se ubica en el segundo lugar. De esta manera entendemos lo paradigmática e importante que es Ari Gameplays para el fenómeno y en general para los otros *streamers*, ya que la tienen como referente por el impacto internacional que ha significado; recordemos que actualmente es la segunda *streamer* mujer con más seguidores en Twitch a nivel mundial.

Si hacemos un promedio de los seguidores que tienen en Facebook las diez *streamers*, tendremos la cifra de 3,331,125 seguidores, lo que la ubicaría idealmente en el lugar número sexto, justo por debajo de la *streamer* Dannyan y por encima de Windy. Después de la sexta posición, apreciaremos que hay una disminución importante del número de los seguidores. En casos como el xLightMoonx y Milky, atendiendo a su edad y al tiempo que llevan transmitiendo, entenderemos que se debe a que apenas se están dando a conocer, están en vías de construir y consolidar sus cuentas y carreras en el *gaming*. Si bien hay pocas cuentas de *streamers* mujeres en el mundo que se acerquen al número de seguidores que maneja Ari Gameplays, serán mucho más comunes las cifras en otras *streamers* a al número de seguidores de Princesosa Sysy y de Sunny.

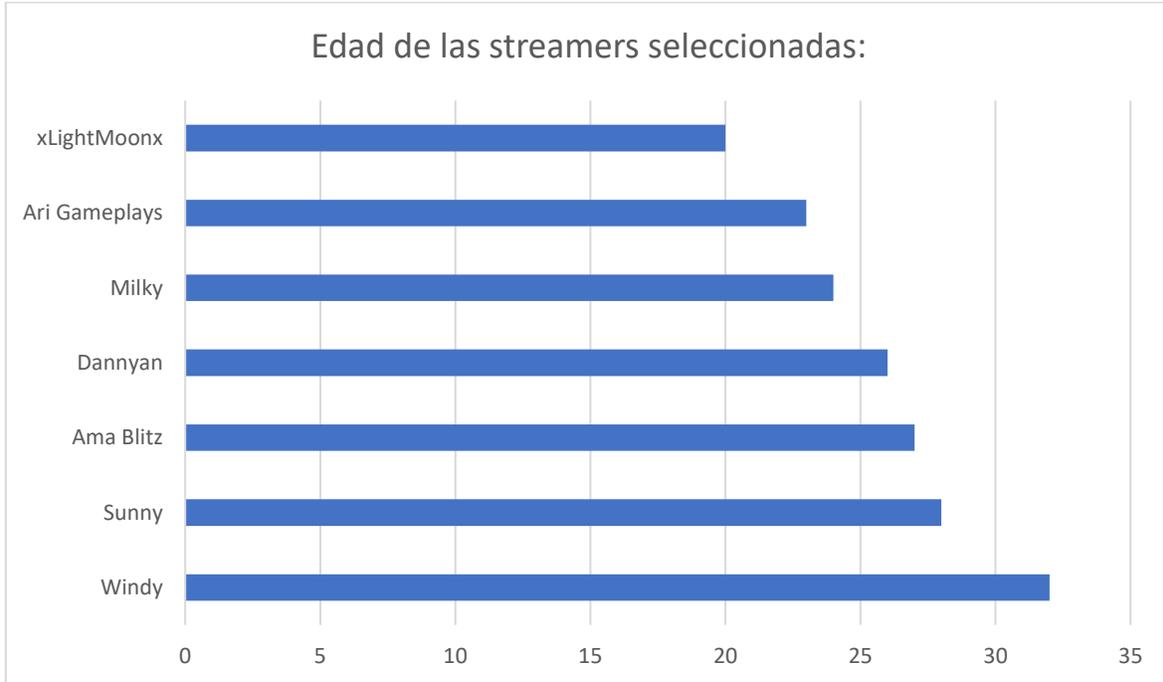
Gráfico 3



En esta línea del tiempo podemos apreciar que las *streamers* seleccionadas crearon sus páginas de Facebook a finales del año 2013 y mediados del año 2019, lo que nos da un sentido de la temporalidad de cuando empezó a acontecer el fenómeno. Además, si relacionamos el número de seguidores que tienen cada una de ellas y el tiempo que llevan realizando *streaming* lograremos el entendimiento de algunas situaciones, por ejemplo, el que Ari Gameplays tenga más seguidores que Ama Blitz. Ari Gameplays comenzó en el 2014, mientras que las incursiones de su hermana ocurrieron hasta el 2019. Windy no sólo creó su cuenta de Facebook antes que el resto de las *streamers* seleccionadas, además, como veremos en el siguiente gráfico, es la de mayor edad. Mientras que xLightMoonx, que creó su cuenta en el 2018, es la más joven de las *streamers* seleccionadas, ocupando la posición número siete con respecto al número de seguidores en Facebook. Es necesario notar que algunas de las *streamers* seleccionadas tuvieron su origen en Facebook entre el 2013 y el 2014, luego parece que vino una segunda ola en el 2018 y el 2019. En el periodo del 2015 al 2017 ninguna de las *streamers* seleccionadas creó cuentas, lo que nos puede sugerir que el fenómeno se popularizó entre el 2013 y el 2014 en Latinoamérica, sobre todo si atendemos a que la creación de la plataforma de Twitch ocurrió en el 2011. Luego tuvo lugar un periodo de estancamiento en el debut de nuevos *streamers*, para que volviera a detonar la popularidad del *streaming* y el *gaming* con la creación de Facebook Gaming en el 2018, fecha que coinciden con la creación de tres de las cuentas de las *streamers* seleccionadas: xLightMoonx, Adaxmoon y Ama Blitz.

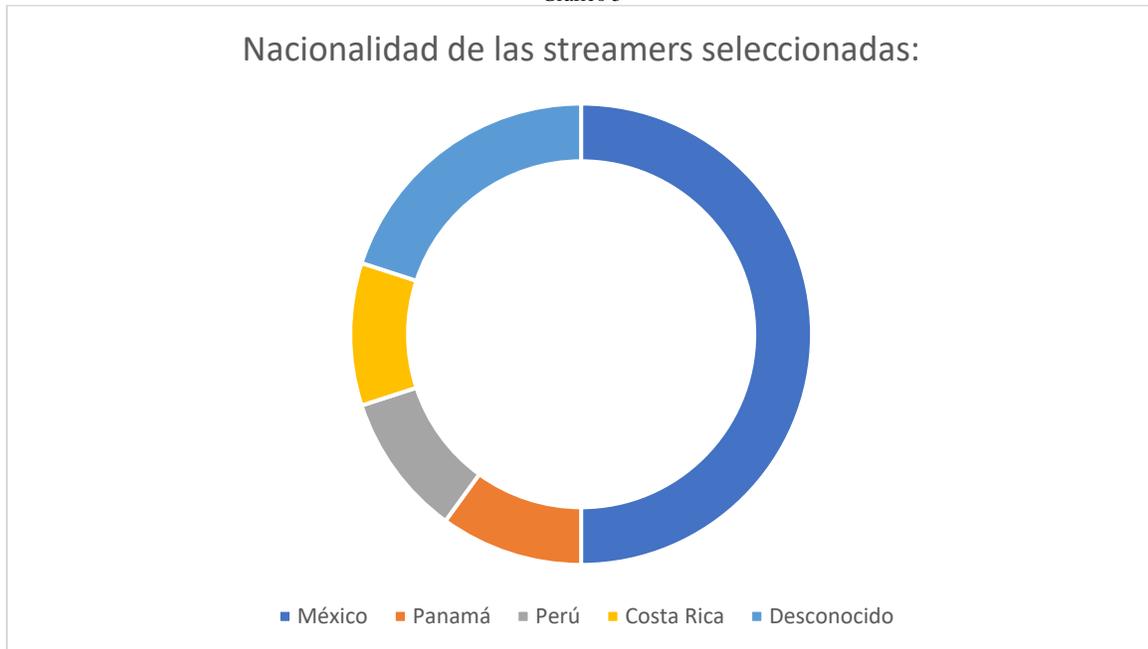
No están disponibles las fechas de creación de las cuentas de Facebook de Princesosa Sysy, Allison Cazo y Milky, pero por la evidencia de sus transmisiones y fotografías publicadas parece que pertenecen a la segunda ola, la que coincide con la creación de Facebook Gaming.

Gráfico 4



Referente al rango de las edades de las *streamers* que fueron seleccionadas podemos apreciar que van desde los 20 años hasta a los 32. Siendo Windy la *streamer* más grande y xLightMoonx la más joven. El promedio de sus edades es de 26 años. En este punto habría que notar que todas las *streamers* son mayores de edad y la explicación a lo anterior se mueve en dos ejes, el primero tiene que ver con las condiciones de las plataformas de *streaming*, tanto de Twitch como de Facebook Gaming; si quieren monetizar sus transmisiones es necesario que sean mayores de edad. El segundo eje va de la mano con el primero, para que reciban el pago de la monetización de las transmisiones deben de tener una cuenta en algún banco para que les hagan llegar las transferencias o los depósitos, y si no se tiene la mayoría de edad cumplida se dificulta obtener una tarjeta o una cuenta. Ari Gameplays ha declarado en diferentes entrevistas que cuando empezó a realizar *streamings* tuvo que pedirle su tarjeta a su padre porque ella aún no tenía una. Datos como su edad o fecha de nacimiento pueden ser obtenidos de los videos que realizan las propias *streamers*, donde contestan algunas de las preguntas de sus seguidores. También hay páginas creadas por los propios seguidores donde recopilan sus datos más significativos; pero no de todas las *streamers* es posible obtener esta información en internet, tales fueron los casos de Princesa Sysy, de Allison Cazo y de Adaxmoon.

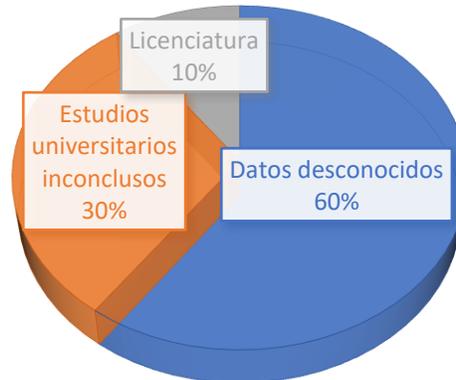
Gráfico 5



Todas las *streamers* que fueron analizadas viven en ciudades de Latinoamérica, ninguna pertenece a un medio rural. Esto puede deberse a las condiciones de infraestructura que requieren para realizar sus transmisiones, ya que no sólo necesitan de una computadora, de un celular, una cámara o de unos audífonos; además deben de tener acceso a un internet con la velocidad necesaria para que pueda soportar la transmisión de video en alta definición, mismo que no está disponible en todas las comunidades del continente americano. El *streaming* tiene una relación directa con la tecnología, depende y está subordinado a lo que ella le permita. De lo anterior, podemos inferir que hay una cuestión de clase, ya que para que puedan acceder a esta tecnología requieren poseer cierto capital económico; pero atendiendo a la homologación de las suscripciones en Twitch y a las dificultades cada vez mayores para poder ganar dinero a través de la monetización en Facebook Gaming, exceptuando quizás casos como el de Ari Gameplays, las *streamer* tampoco generan tanto dinero como para sostener que pertenecen y parten de un extracto social muy alto. Si bien hay ciertos recursos económicos, también tienen limitaciones y necesidades. El país más recurrente en cuanto al origen de las *streamers* analizadas fue México. En el caso de Milky, aunque nació en Costa Rica, se obtuvo información que confirma que actualmente reside también en México. En los casos de Princesosa Sysy y de Adaxmoon no se pudo obtener información de sus lugares de procedencia ni de residencia.

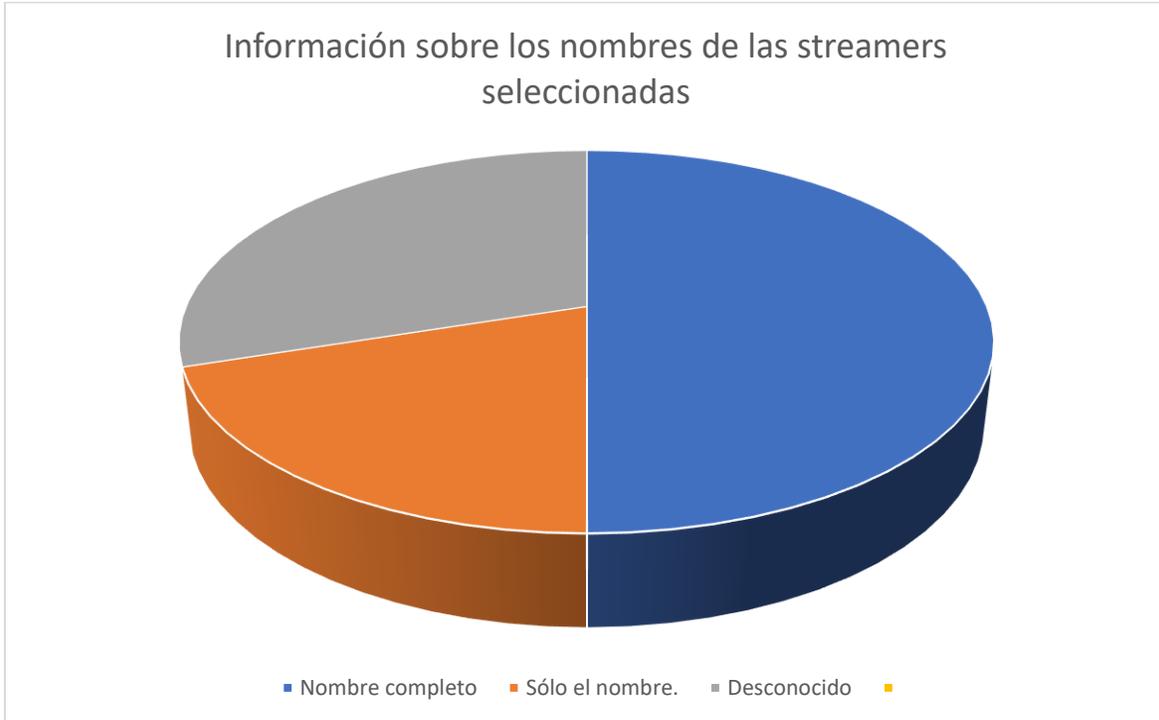
Gráfico 6

DATOS REFERENTES A LA ESCOLARIDAD DE LAS STREAMERS SELECCIONADAS:



Referente a la escolaridad de las *streamers* que fueron seleccionadas encontramos los siguientes datos: Ama Blitz es la única que tiene una licenciatura, en Diseño industrial. Mientras que xLightMoonx y Ari Gameplays han declarado que tienen estudios universitarios que dejaron inconclusos, ambas por las mismas razones: para dedicarse de lleno a su actividad como *streamers*. De Allison Cazo también se encontró información de que se inició en estudios de Cosmiatría, pero no fue posible verificar si los concluyó. Del resto de las *streamers* no se obtuvo ningún dato referente a su nivel de escolaridad. xLightMoonx declaró para Milenio su rutina: “despertarme y que no sea tan tarde, ir al gym, regresar, arreglarme y empezar a grabar TikToks, que es una plataforma muy importante, después sacarme fotos para Insta y al final hacer streams, primero en Twitch”. (Milenio, 2021). La apuesta de estas *streamers* está cimentada en su apariencia física, por tanto, dedican mucho tiempo en su aspecto y cuidado del cuerpo, haciendo, por ejemplo, ejercicio. Parece que el estudio más que significar una oportunidad de crecimiento, lo asumen como un obstáculo que les quita tiempo y las distrae de los menesteres que implican sus actividades en el *streaming*. Es en este contexto que la recomendación de Kilian Arjona cobra más sentido: “pensadlo bien antes de dejar vuestra carrera para comprar una cámara chula y luces LED para vuestra habitación. Tener éxito en esto es igual de difícil (o más) que llenar un auditorio para que la gente pague por verte hablar”. (Arjona, 2021). Muchos jóvenes, entre ellas mujeres, se pueden ver tentados a dejar sus estudios para probar suerte haciendo *streamings*.

Gráfico 7



En lo que concierne a la información de los nombres reales de las *streamers* que fueron seleccionadas encontramos que de cinco de ellas se encuentra disponible su nombre de pila, incluyendo a sus apellidos. Mientras que de dos *streamers* sólo fue posible obtener su nombre. Finalmente, de tres *streamers* no se pudo confirmar ni encontrar información al respecto. Es importante notar el elemento de la alta interacción que se da en el fenómeno, referido a las relaciones que establecen las *streamers* con sus seguidores, ya que son las mismas *gamers* las que proporcionan y vuelven pública su información, incluyendo sus datos personales, esto a través de sesiones en video, donde, como se ha referido, contestan a una serie de preguntas de los seguidores, mismos que demandan saber más de ellas.

Otro aspecto que hay que tener en cuenta es que todas las *streamers* que fueron seleccionadas emplean un Username, que es el nombre que usan en sus redes sociales y también en las plataformas de transmisión. Este Username puede tener relación con su nombre real, como en los casos de Ari Gameplays y de Ama Blitz. El mote está construido en función del mundo de los videojuegos y de los personajes que habitan en ellos. No hay una tendencia general en las *streamers* que las lleve a ocultar sus nombres de pila, pero siguen siendo más conocidas e identificadas por sus Username.

CONSTRUCCIÓN DEL TIPO IDEAL DE UNA BOOBSTREAMER:

En su trabajo titulado Economía y sociedad, el sociólogo Max Weber propone y fundamenta la construcción de tipos ideales, esto como parte de las herramientas de las que disponga la metodología científica social, sobre todo desde el enfoque que busque la comprensión y el sentido de las acciones de los sujetos, diciendo que:

Construido científicamente (por el método tipológico) para la elaboración del tipo ideal de un fenómeno frecuente. Semejantes construcciones típico-ideales se dan, por ejemplo, en los conceptos y leyes de la teoría económica pura. Exponen cómo se desarrollaría una forma especial de conducta humana, si lo hiciera con todo rigor con arreglo al fin, sin perturbación alguna de errores y afectos, y de estar orientada de un modo unívoco por un solo fin (el económico). Pero la acción real sólo en casos raros (Bolsa), y eso de manera aproximada, transcurre tal como fue construida en el tipo ideal (Weber, 2002:9).

De esta manera, podemos agrupar en conjuntos las regularidades de las acciones que realizan los sujetos sociales concretos. En el caso que nos ocupa, desde el análisis y la observación de diez casos paradigmáticos, de mujeres que realizan *gaming* y transmisiones en vivo de sus partidas, podemos establecer, de manera abstracta, un perfil del tipo ideal, con las siguientes características:

Es de género femenino.

Vive en una ciudad de Latinoamérica.

Tiene 26 años de edad.

Cuenta con aproximadamente 3, 3 millones de seguidores.

Emplea un Username en sus cuentas de redes sociales que hace referencia al mundo de los videojuegos y la fantasía.

Es soltera. No tiene hijos.

Transmite en Facebook Gaming o Twitch.

Usa Instagram.

Tiene una cuenta en TikTok.

Hay un 80% de posibilidades que tenga una cuenta en alguna plataforma que ofrece contenido exclusivo (es probable que sea en OnlyFans o Mi Priv).

Creó su página de Facebook a mediados del 2015.

Realiza transmisiones jugando Fortnite y Free Fire.

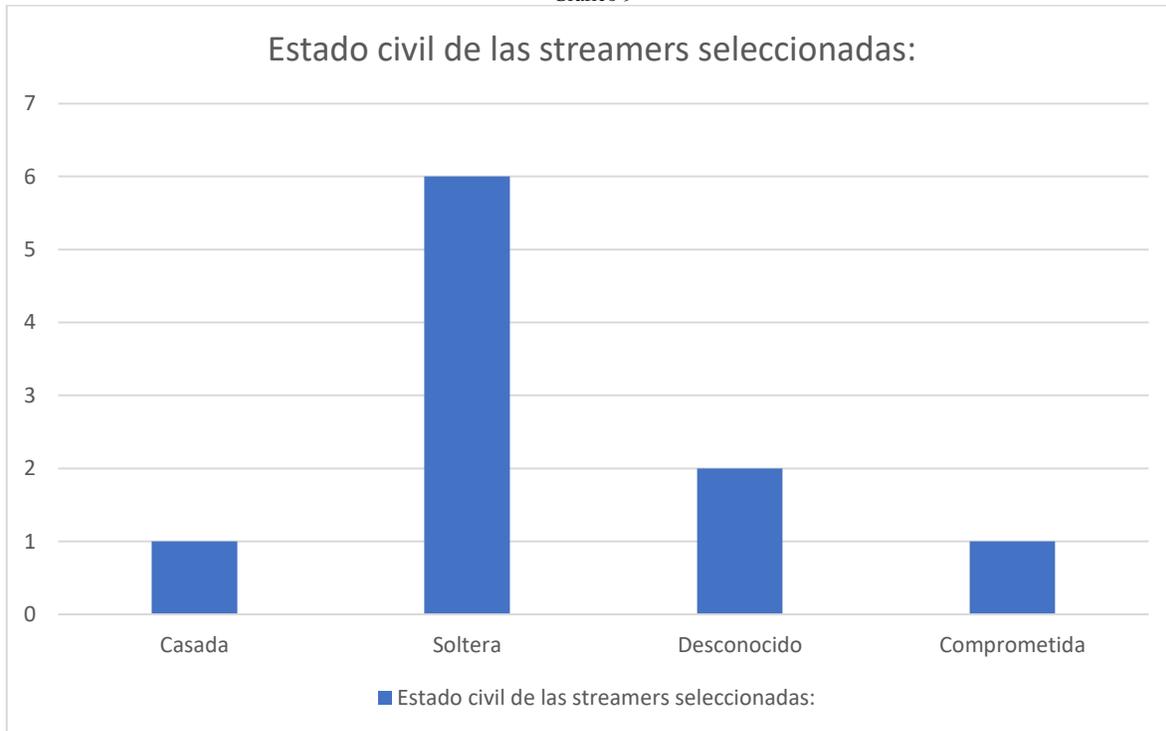
Gráfico 8



En el gráfico 8 apreciamos que los videojuegos más populares entre las *streamers* son los siguientes: Fortnite y Free Fire, seguidos por Minecraft, Overwatch y Call of Duty. De Fortnite tenemos la siguiente descripción “es un Battle Royale gratuito con un montón de modos de juegos diferentes para todo tipo de jugadores” (Epic Games, 2022). De Free Fire “controles fáciles de usar y gráficos suaves que aseguran la mejor experiencia de supervivencia que encontrarás en móviles” (App Store, 2021). Y de Minecraft “para mayores de 10 años. Explora mundos infinitos y construye toda clase de cosas, desde la casa más simple hasta el castillo más grandioso” (Google Play, 2022).

De las tres descripciones anteriores podemos establecer algunas constantes: la primera que son juegos destinados para un rango muy amplio de edades y que también son para todo tipo de jugadores, no habiendo muchas restricciones para su uso. La segunda tiene que ver con la facilidad para poder jugarlos, no pretenden ser juegos muy complejos en cuanto a la historia o a los controles, sino accesibles. Fortnite y Free Fire se pueden jugar a través de celulares, mientras que Minecraft puede jugarse en computadora, en ese sentido no necesitan consolas ni accesorios muy complejos ni costosos, a diferencia de otros juegos, que necesitan aditamentos muy específicos para ser jugados. Hay otros títulos en la lista de juegos como League of Legends, que es más complejo con relación a los anteriores, existiendo ligas profesionales y eventos de exhibición, donde algunas de las streamers han sido invitadas para promocionarlos.

Gráfico 9



Referente al estado civil constatamos con base al gráfico 9 que la mayoría de las *streamers* están solteras, seis de ellas para ser precisos; sólo Ari Gameplays está casada. Se agregó una cuarta categoría, la de “comprometida”, situación en la que se encuentra Dannyan. Es interesante notar que tanto Ari Gameplays como Dannyan están vinculadas sentimentalmente con hombres del mismo medio, en el primer caso estando casada con el *streamer* colombiano Juan Guarnizo y en el segundo comprometida con el youtuber Wereverwero. Algunas de las *streamers* no han hecho pública su relación sentimental y por lo tanto no se pudo confirmar si tienen pareja o no. Ninguna de las diez *streamers* tiene hijos. Estos dos puntos pueden tener una relación con la imagen de juventud que pretenden construir y proyectar, ya que los elementos de la maternidad y del matrimonio son ideas que se contraponen al supuesto estado de mocedad, mismo en el que la práctica del *gaming* parece que tiene su mayor nivel de práctica, audiencia e interés. También el compromiso y el tener hijos son variables que pueden afectar a la imagen de la disponibilidad sexual de la *streamer*, ya que si sus seguidores lo saben pueden llegar a desanimarse a intentar interactuar con ella, al asumir que no tienen posibilidades de conseguir algo con ellas, resultando menos deseables ante la mirada y fantasía masculina, que busca encontrar en las mujeres cierto estado de complicidad, al sentirse de alguna manera correspondidos en sus deseos.

ARI GAMEPLAYS

El primer caso que se revisará es el de Ari Gameplays, debido a que es la *streamer* con mayor cantidad de seguidores en Facebook. La *streamer* mexicana de 22 años ya era bastante popular entre los asiduos a los videojuegos, pero ganó relevancia a nivel nacional con la noticia que se publicó el 26 de diciembre del 2020 por diversos medios de comunicación, entre ellos El Siglo De Torreón, donde se dio a conocer que se compró una camioneta de la marca Mercedes Benz con el dinero recaudado de su cuenta en OnlyFans⁶, plataforma en internet donde mayormente mujeres, suben contenido exclusivo, fotografías o videos que sólo están disponibles en dicho sitio y para aquellos que paguen una suscripción de 25 dólares al mes. El material suele ser de naturaleza erótica y pornográfica.

Un suceso que ocurre en el perfil de Ari Gameplays es el tipo de comentarios que recibe de sus seguidores, algunos le escriben como si tuvieran una relación real con ella, diciendo, por ejemplo, que en la noche le llevaran su cena o escribiendo falsos recuerdos. Otro tipo de comentarios que recibe muestran un sentido de indignación y de reclamo hacia ella; muchos usuarios, a pesar de ser sus seguidores y miembros de su comunidad, le escriben que no es muy buena jugando y que se ha hecho famosa sólo por exhibir su cuerpo. La noticia de la camioneta ha causado enojo entre sus seguidores y es un tema recurrente en los comentarios que recibe.

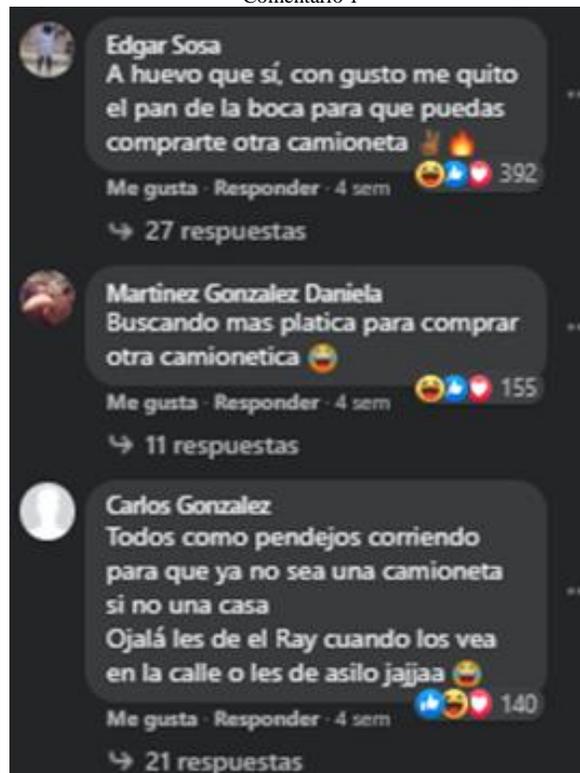
⁶ “La camioneta que se autorregaló de Navidad corresponde a una GLE Coupé, cuyo precio comienza desde 1 millón 489 mil 900 pesos. De acuerdo a una de las respuestas de su post, la joven actualmente cuenta con 3,577 suscriptores en la plataforma, quienes pagan los 25 dólares al mes. En total tendría un ingreso de 89 mil 425 dólares al mes (1 millón 788 mil 500 pesos)”. (El Siglo de Torreón, 2020).

Imagen 2



Ari Gameplays. "Que bonito es regresar a los streams con ustedes" 14/julio/2021. [Fotografía]. <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=426118258882309&set=pb.100044524142582.-2207520000...&type=3>

Comentario 1



Los comentarios anteriores fueron escritos en su fotografía del 14 de julio del 2021, misma que recibió más de 149 mil reacciones, entre ellas 76 mil “me encanta” y 71 mil likes. En esta fotografía podemos ver a Ari Gameplays de la cintura hacia arriba en el centro de la toma, está vistiendo un top gris con manchas negras, la prenda cubre una parte de su pecho, formando un escote pronunciado, tanto los brazos como el cuello de la *streamer* son visibles a la mirada del espectador y se encuentran descubiertos. La *streamer* está sentada, apenas y se alcanza a ver otra prenda en la parte inferior de su cuerpo, parece que es un pantalón rosa con resorte; se distingue una de sus rodillas y también su vientre sin ropa. Ari Gameplays está inclinando ligeramente la cabeza y mira hacia al frente, porta unas orejas blancas que se asemejan a las de un animal, su cabello está suelto y tiene una caída ondulada. El maquillaje destaca sobre todo en la parte de los ojos, gracias a un color plateado y un delineado curvo que es negro, los labios brillan ligeramente y están en un tono rosado y claro. Contrasta el fondo del escenario, con las repisas llenas de figuras coleccionables frente a la imagen de Ari Gameplays. Vemos un cuarto que luce infantil y al mismo tiempo, de frente y al centro nos encontramos con la figura femenina de la *streamer*, que posa de manera atractiva.

AMA BLITZ

El nombre real de la *streamer* regiomontana Ama Blitz es Amairani Garza Alonzo. Es la hermana de Ari Gameplays; muchos de sus seguidores piensan que son gemelas, por su gran parecido, lo cierto es que Ama Blitz es la hermana mayor, habiendo una diferencia de cuatro años entre ellas. Aunque en lo relativo al *gaming*, Ari Gameplays comenzó primero, tres años antes, creando contenido en YouTube. La hermana menor tiene más seguidores en Facebook y es más popular.

Ama Blitz en varias entrevistas ha contado que estudió Diseño industrial en la Universidad Autónoma de Nuevo León y ejerció profesionalmente, trabajando para la empresa Kia, pero el éxito de su hermana en internet la motivó a que ella también incursionara en el mundo del *streaming*, convirtiéndose en una de las más seguidas de Facebook Gaming, con más de 5.5 millones de seguidores. Además de Facebook Gaming, tiene presencia en diferentes redes sociales y plataformas, entre ellas TikTok, Instagram y YouTube. En TikTok tiene 7.9 millones de seguidores, en Instagram tiene 4.4 millones de seguidores, en YouTube 301,000 suscriptores. Los juegos de los que más realiza *streaming* son: Fortnite, Apex Legends, Fall

Guys, Battlefield V, Resident Evil 2 y Plantas vs. Zombis. Su popularidad ha crecido tanto que la empresa computacional HP la hizo parte de su campaña para promocionar sus modelos HP Omen, computadoras populares entre los *gamers*.

Su username proviene de dos fuentes, en lo relativo al Ama es la reducción de su nombre de pila, Amairani. Mientras que el Blitz fue retomado del videojuego para apilar fichas, del 2016, Disney Blitz, ya que a la *streamer* le gustaba jugarlo. En cuanto al contenido que genera, no sólo trata sobre videojuegos, también promociona productos, como ropa y maquillaje. Sus fotografías no sólo versan sobre su actividad en el *streaming*, también son sobre sus viajes y modelar sus atuendos, además de que hace cosplay, es decir: se disfraza de personajes de videojuegos, como Chun-Li, del juego Street Fighter.

Imagen 3



Ama Blitz. "Te espero mas tarde en el stream" 07/abril/2021. [Fotografía].

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=297015975125927&set=pb.100044525795634.-2207520000..&type=3>

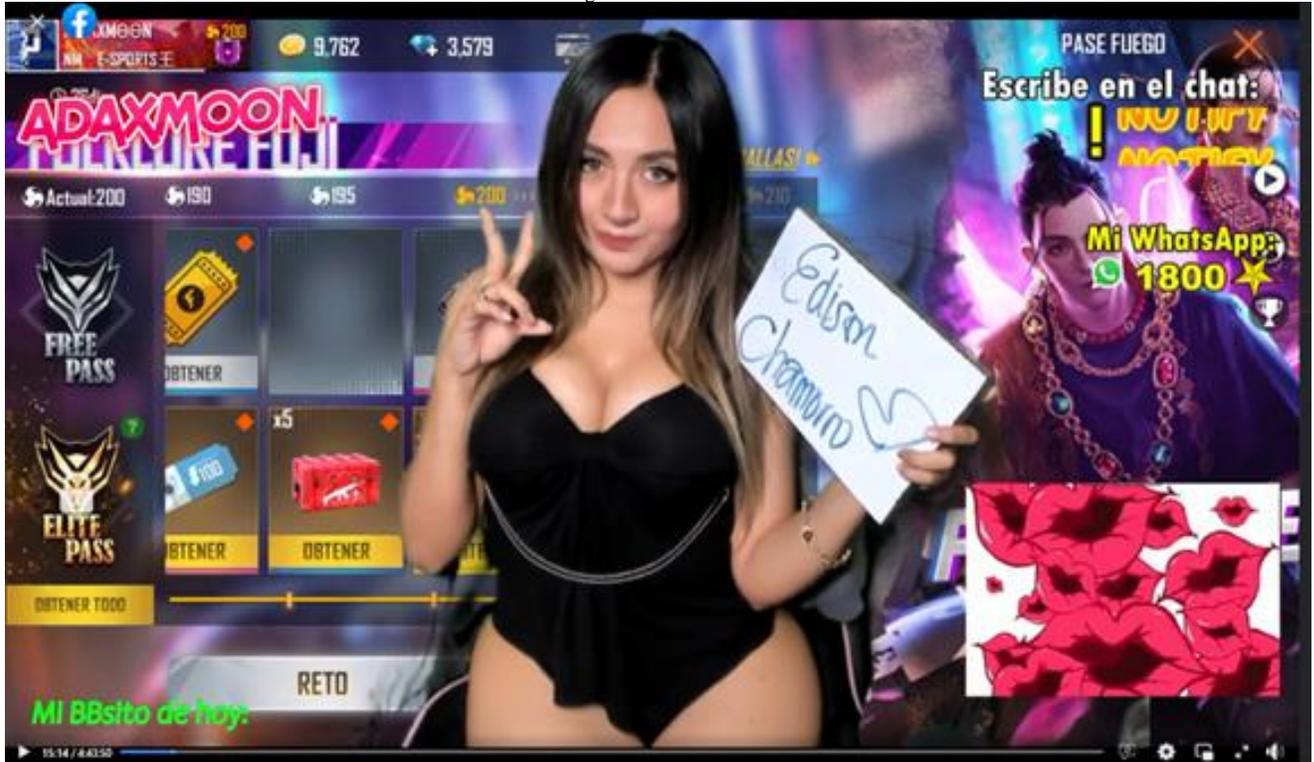
La anterior fotografía fue publicada el 28 de febrero del 2021. Recibió 32 mil comentarios, de los cuales 18 mil fueron reacciones de "me encanta" y 14 mil likes. Fue compartida 95

veces. Podemos apreciar a Ama Blitz sentada en su silla *gamer*, de color negro con rosa. En el fondo podemos ver unas paredes crema y por un espacio de su silla se dejan ver unas cajas de lo que parecen ser juguetes coleccionables. Uno de los dedos de la *streamer* está sobre su rostro y el resto de su mano izquierda en su barbilla, se pueden ver dos anillos.

Respecto a su atuendo, trae una blusa de flores blancas con fondo negro y la parte del escote es visible. Usa unos audífonos negros y su mirada apunta a la cámara. En sus ojos es posible apreciar el uso de delineador, las sombras y el rímel. También se nota el maquillaje en sus pómulos y labios. Su cabello le llega hasta la zona del pecho y está pintado de las puntas de rubio.

ADAXMOON

La siguiente cuenta pertenece a la *streamer* conocida como Adaxmoon. En el apartado de su “acerca de” de su cuenta de Twitch se puede leer lo siguiente: “me encantan los videojuegos :3 lo importante no es saber jugar, sino, jugar con uno mismo” (Adaxmoon, 2021). Esta pequeña descripción parece indicar que, al igual que Windy, no es la *gamer* más talentosa, ni pretende serlo, sus intereses parecen ser otros. Aunque tiene una cuenta en Twitch parece que no la usa, ya que no hay ningún video disponible de su actividad en esta plataforma, sus transmisiones se encuentran en Facebook Gaming. No hay muchos datos disponibles de ella, es desconocida su edad y también su nombre real. Actualmente tiene 330,035 likes y 1,708,403 seguidores en Facebook. La especificidad de Adaxmoon radica en cómo realiza estos “en vivo”, sobre todo en lo que su apariencia se refiere: vistiendo muy poca ropa, siendo frecuente verla en lencería o atuendos que dejan al descubierto sus brazos, piernas y los escotes pronunciados.

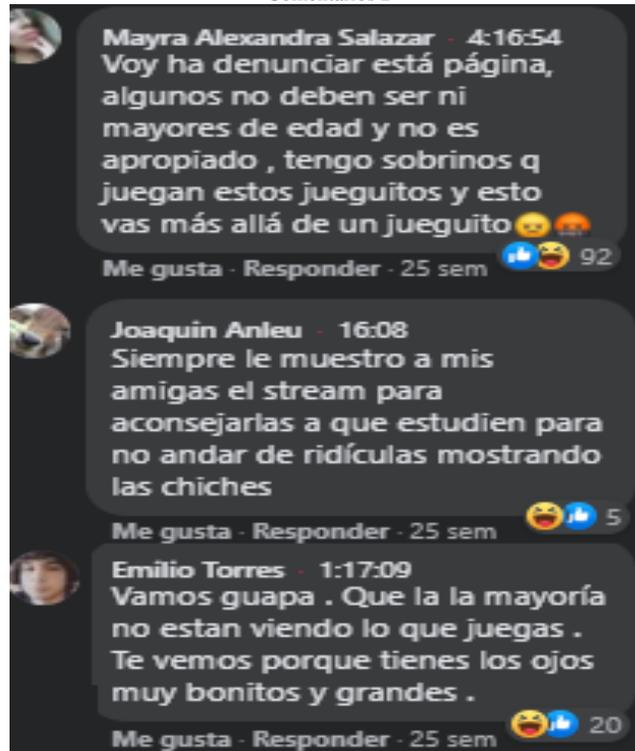


Adaxmoon. “TORNEO POR EL PASE ÉLITE + REGALANDO DIAMANTES. TORNEO EEUU Y SUR POR EL PASE ÉLITE + REGALANDO DIAMANTESFIN DE MES REGALANDO DIAMANTES Tus estrellitas me apoyan mucho:1800 ☆ y te agradezco agregándote a mi whatsapp personal ♥ ESCRIBE EN EL CHAT: !Notify y siente mis besitos 😘” 03/febrero/2021. [Video] <https://www.facebook.com/100044361012906/videos/419120736082712>

En la imagen anterior podemos apreciar que Adaxmoon se ubica al centro de sus transmisiones, apareciendo en primer plano, cubriendo gran parte de la pantalla, dando la sensación de que lo importante de sus transmisiones no son los juegos, sino ella. La vemos además realizando un sign, escribiendo en un pizarrón el nombre de uno de sus seguidores que le hizo una donación de estrellas. Podemos ver en esta publicación del 03 de febrero del 2021 varios elementos para analizar: lo primero es que se trata de una transmisión en vivo, donde compitiendo en un torneo internacional. Ya en el propio contenido de la publicación vemos que pide la donación de estrellas, que son equivalentes a dinero. También ofrece brindar su número de WhatsApp a quien le envíe 1800 estrellas, y que de esta manera puedan ver los estados que publica, donde vienen noticias sobre transmisiones y también material exclusivo, como fotografías, que sólo están disponibles unas horas y son restringidas para aquellos que ella elija que los puedan ver. Finalmente, tener su número de WhatsApp brinda la posibilidad de poder comunicarse con ella, al menos en cuanto a la sensación, ya que nada garantiza que les vaya a responder. Se puede leer también que finaliza la publicación diciendo

“*siente mis besitos*”, esto para incentivar aún más a sus seguidores a que dejan sus estrellas, likes y comentarios.

Comentarios 2



Las transmisiones de Adaxmoon tienen una duración aproximada de cinco horas, donde se le puede ver jugando, bailando reguetón, tocándose el cabello, cantando y mandando saludos a aquellos que manden estrellas. Muchos de sus seguidores le recriminan que no es una verdadera *gamer*, que no es buena jugando y que si la siguen es tan sólo porque es atractiva y está vestida de formas provocativas.

DANNYAN

Daniela Camacho Martínez es una *streamer* mexicana que vive y transmite desde Ciudad Satélite. Nació el 14 de diciembre de 1995. Ha cambiado en varias ocasiones su username, entre los principales que ha usado están: “Dannyan”, “DanyanCat”, “DannyanCat” y “DaanyelaaCm”. Se ha relacionado con otros *streamers* conocidos de Latinoamérica, entre los que destacan Windy, de quien se declara amiga cercana y con la que ha colaborado en diferentes ocasiones y Wereverwero, uno de los youtubers más seguidos y famosos de México, que actualmente es su novio y con quien se ha comprometido, en diciembre del 2021.

Entre los juegos de los que más realiza transmisiones se encuentran los siguientes títulos: Fortnite, Call Of Duty, Sims 4, Minecraft y Overwatch. Las plataformas de *streaming* que utiliza son Twitch, donde tiene 248.1 mil seguidores y en Facebook Gaming, con 4.5 millones de seguidores. Su canal de YouTube está disponible pero el contenido no lo ha actualizado, el último video que publicó fue de hace más de dos años. Tiene presencia en diferentes redes sociales, principalmente en TikTok, donde cuenta con 12.3 millones de seguidores, en Instagram con 2,262,312 seguidores y Twitter con 1,503,595 seguidores. En varias de estas redes sociales tiene links que dirigen a su cuenta de OnlyFans, sitio en el que la suscripción cuesta 9 dólares y hay otros paquetes, de 3 meses por 24 dólares o 6 meses por 37 dólares. En su perfil de OnlyFans se puede leer la descripción: “Contenido exclusivo, Erótico, NO DESNUDOS”. Mucho del contenido que genera en esta cuenta se ha filtrado a otros espacios, donde los usuarios lo comparten y pueden descargar de grupos de Telegram y de blogs. En diferentes sitios hay datos disponibles acerca de cuestiones que tienen que ver con el cuerpo de la *streamer*, por ejemplo “¿Cuáles son las medidas anatómicas de DanyanCat? Parte superior: 100 cm. Parte media: 63 cm. Parte inferior: 105 cm [...] Talla de bra 34 D” (De Virales, 2019). También se menciona sobre las operaciones estéticas a las que se ha sometido: “la operación de cirugía estética que se hizo en 2021 donde se quitó grasa para acomodarla en sus caderas. Ella misma reveló que padeció de varias consecuencias tras el procedimiento, pues le dio fiebre, ardor en el estómago. Antes de esto, ya había pasado por el quirófano para aumentar sus senos” (Mejor Influencer, 2021).

Imagen 5



Dannyan. "Overwatch debería ser eterno" 29/enero/2022. [Fotografía].

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=502695684548294&set=pb.100044236008971.-2207520000..&type=3>

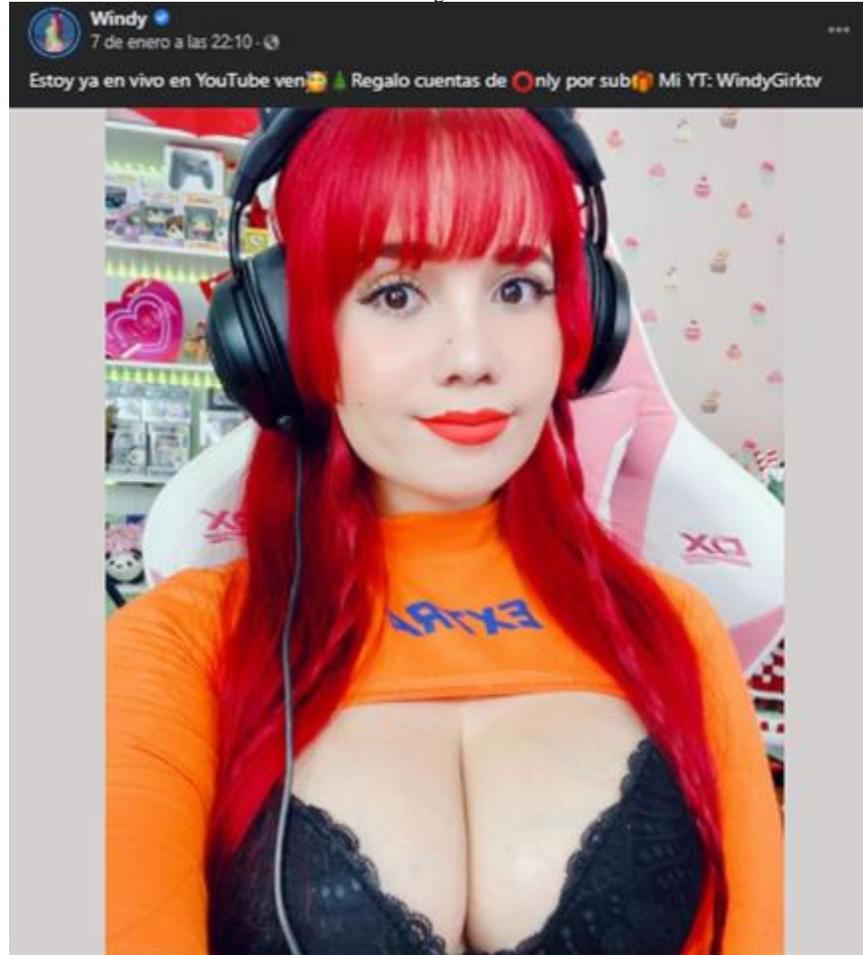
Dannyan realiza sesiones de cosplay, disfrazándose de distintos personajes de videojuegos y series animadas. En la fotografía anterior la vemos personificando a Heart, personaje de Overwatch. Esta imagen recibió 79,602 reacciones, entre las principales 43 mil "me encanta" y 34 mil likes. Fue compartida 514 veces y 724 comentarios fueron escritos en ella. El fondo que utilizó es uno digital, siendo de color rojo, dando la sensación de que se encuentra en el espacio, alcanzamos a ver la circunferencia de un planeta. Respecto a su atuendo, la vemos usando un disfraz ceñido, en tonos azules, blancos y rosas. El elemento que no corresponde con el personaje que busca emular son los audífonos, Dannyan está usando unos de color rosa, que en la parte superior de la diadema muestran unas orejas, parecidas a las de un animal, los de Heart en realidad son grises y no incluyen las orejas.

Referente a la pose, vemos a la *streamer* de espaldas, girando levemente para voltear a ver a la cámara, en este ángulo es visible la parte posterior de su cuerpo, y que parece ser la intención que sea lo que se vea, sobre todo si atendemos al texto con el que acompañó la fotografía: “Overwatch debería ser eterno”. La frase “debería de ser eterno” Es una que se ha popularizado recientemente entre los usuarios de internet y los creadores de contenido, en el contexto de las fotografías que muestran partes específicas del cuerpo, en general los glúteos, y se busca esconder o difuminar esta intención poniendo un texto diferente a lo que se muestra en la foto. La fotografía fue publicada el 29 de enero del 2022 y entre los comentarios aparecen muchos que están escritos en un tono sexualizante, haciendo comentarios acerca de su cuerpo o actividades sexuales, con escribir la intención de querer masturbarse viendo la fotografía. La interacción que mantienen los seguidores de Dannyan con ella generalmente es a partir de este aspecto, la sexualización de su cuerpo.

WINDY

El siguiente caso es el de Windy, misma que en su perfil se describe de la siguiente manera: “waifu pelirroja leyenda de memes, otaku que se baña, posar gamer encubierta. Games, anime, technology & cosplay” (Windy, 2021). Con esta presentación vemos las diversas actividades que realiza: desde disfrazarse como personaje de caricatura japonesa, hasta jugar videojuegos, aunque ella misma reconoce al usar la palabra en inglés “posar”, que lo hacer por pose, que juega videojuegos con fines de recreación y por moda. Es de Panamá y tiene 31 años. Según su fan page, tiene 1,394,343 likes y 2,760,343 seguidores en Facebook. También tiene una cuenta en Onlyfans, que, como podemos apreciar en la siguiente fotografía, promociona en sus transmisiones, esto con el fin de obtener nuevos usuarios que paguen los 25 dólares de la suscripción mensual. Para motivar a sus seguidores a veces puede regalar dichas suscripciones. Es interesante notar cómo escribe la palabra “Only”, cambiando la O por un carácter especial, esto debido a que Facebook censura la publicidad de otros sitios.

Imagen 6



Windy. "Estoy ya en vivo en YouTube ven. Regalo cuentas de Only por sub." 07/enero/2021. [Fotografía].
<https://www.facebook.com/WindyGirk/photos/3405682746203605>

En sus fotografías es bastante común verla sentada en su silla *gamer*, usando audífonos grandes para las transmisiones; al igual que Ari Gameplays utiliza los audífonos con la diadema que simula las orejas de un animal. Suele usar prendas que dejan al descubierto una buena parte de su pecho; en esta fotografía podemos apreciar el encaje de su sostén. Las fotografías de Windy suelen ser de esta manera, buscando ciertos ángulos, mayormente de arriba hacia abajo, donde lo que más se ve en la toma y se privilegia es la parte de su pecho. También realiza modelaje y hace cosplay, es decir, se disfraza de personajes de animes, series y caricaturas. Mostrando en estas fotografías mucho más de su cuerpo, por ejemplo, sus piernas y caderas. Esta fotografía recibió 22 mil reacciones, que van de likes, me encanta y me importa, además de 539 comentarios.

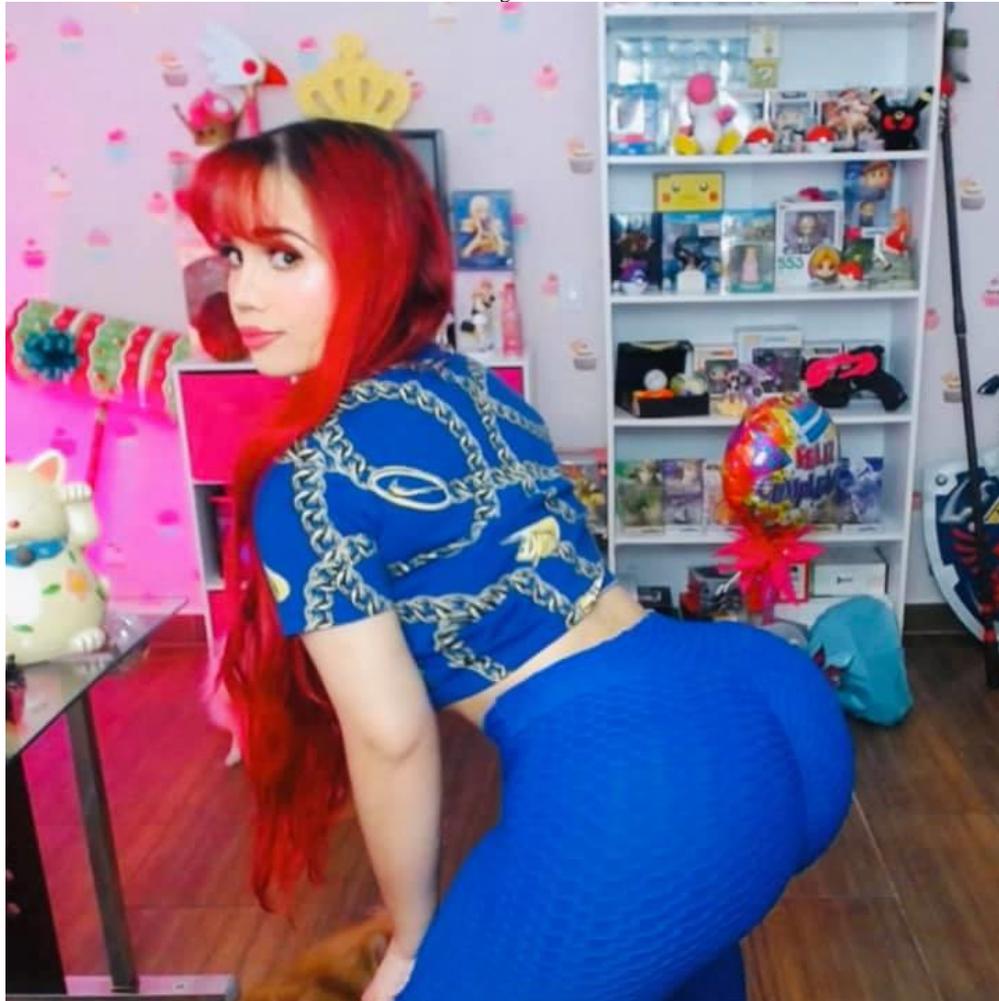
Imagen 7



Windy. "Prueba de Cosplay. Adivina qué personaje seré. De quién más hago cosplay?". 01/enero/2021. [Fotografía]. <https://www.facebook.com/440534209385155/photos/pb.100044187561618.-2207520000../3389458831159330/?type=3>

Windy además de hacer *streamings* en los que juega videojuegos, realiza otro tipo de actividades y videos. Por ejemplo, hace retos, donde propone que hará bailes si recibe cierta cantidad de comentarios o hace sentadillas a cambio de likes, buscando las reacciones e interacciones de sus usuarios.

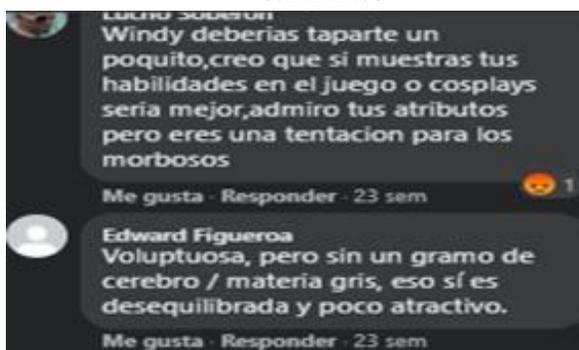
Imagen 8



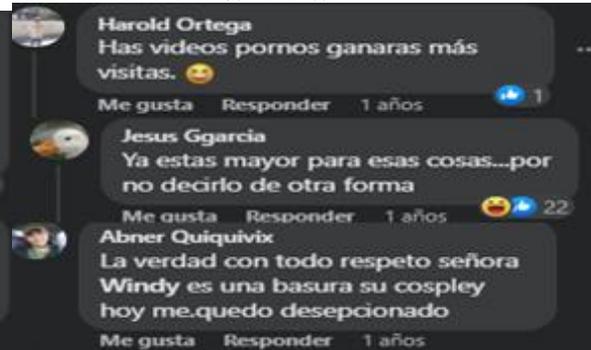
Windy. "¿Quién ya vio mi video nuevo dónde hago 1 twerk por cada kill?". 09/junio/2020. [Fotografía]
<https://www.facebook.com/440534209385155/photos/pb.100044187561618.-2207520000./2791738490931370/?type=3>

Algunos de sus seguidores le recriminan estas prácticas. También son comunes los comentarios donde le hacen saber su edad y se refieren a ella como “señora”, comentando que ya no es tan joven y pidiéndole que se comporte de otras maneras.

Comentarios 3



Comentarios 4



ALLISON CAZO

Allison Cazo es una *streamer* que realiza sus transmisiones en Facebook Gaming, teniendo 936,271 seguidores en dicha plataforma. Hay pocos datos disponibles acerca de su identidad, pero tiene un acento muy característico que podría indicar que vive en Perú, aunque hay usuarios que comentan que es de Panamá. Recientemente sus mismos seguidores empezaron a especular sobre su identidad de género, tanto que se vio envuelta en una polémica con algunos youtubers, entre ellos Pepe Vlogger, que decían que era transexual. No se ha confirmado este hecho, pero muchos de sus seguidores se han mostrado contrariados y se burlan de ella, como se puede apreciar en los siguientes comentarios:

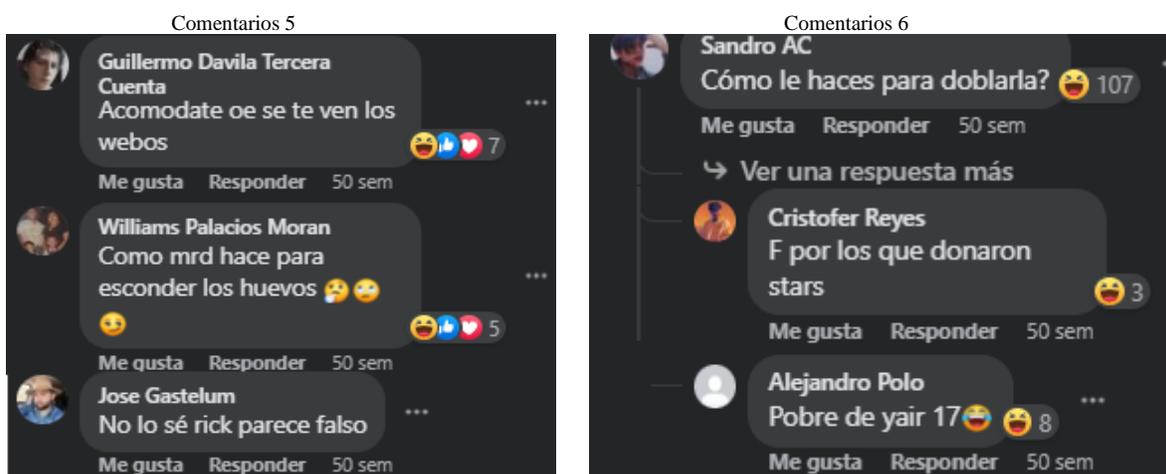


Imagen 9



La inventada. "YouTuber incita al odio al exponer a una mujer trans". [Fotografía]. <http://lainventada.com/la-activista/youtuber-incita-al-odio-tras-exponer-a-una-mujer-trans-video/>

Allison sigue realizando de forma continua sus transmisiones y aunque recibe muchos mensajes de odio, también recibe la simpatía de otros. Aún antes de esta polémica, sus *streamings* ya causaban revuelo entre los seguidores, sobre todo por la realización de algunas prácticas, por ejemplo, la de gemir en algún punto de su *streaming*, como si estuviera experimentando placer. La práctica de los gemidos no es exclusiva de Allison, hemos identificado que otras *streamers* del fenómeno los hacen, como es el caso de Windy, Ari Gameplays y Sunny, aunque de manera menos frecuentes. Allison realiza una práctica que denomina “la convulsión”, que funciona de la siguiente manera: la *streamer* tiene un tabulador de estrellas y por cada cierta cantidad de estrellas que le donen, las retribuye de ciertas maneras, por ejemplo, con bailes o agachándose a recoger cosas que tira intencionalmente al suelo, suele referirse a esto como “los descuidos”.

Imagen 10



Zulex ?. “Las Mejores Convulsiones De Allison Cazo // Mejores Momentos #Parte_1”. 06/febrero/2021 [Video].

<https://www.youtube.com/watch?v=QM66rz5sfFc>

Pero para realizar la convulsión pide un número alto de estrellas y si las recibe, empieza a sonar de manera automática una canción de reggaetón, junto con una frase repetida de Los Simpson, en la que se escucha al personaje de Nelson decir: “*la vas a matar, perro*”, mientras que ella desorbita los ojos, abre la boca, saca la lengua y empieza a gemir, realizando movimientos como si estuviera teniendo sexo y experimentando un orgasmo, contoneándose

de manera intensa, tanto que da la sensación de que es una práctica entre erótica y cómica, por lo exagerados de sus movimientos. Es habitual ver a Allison, realizando sus transmisiones, acompañada de un peluche del videojuego Crash Bandicoot, un zorro rojo, de nariz afilada, de la que Allison se aprovecha cada vez que realiza “una convulsión”, pues se sostiene de ella y la frota, como si se tratara de un falo que estimula.

SUNNY

Sunny es una *streamer* de 28 años, oriunda de Monterrey, Nuevo León. Tiene presencia en Facebook, Instagram y Twitter; realiza sus transmisiones en Twitch. En Facebook tiene 668 mil seguidores, en Twitter 56,2 mil seguidores, en Instagram 52.4k seguidores y en Twitch 160.436 seguidores. Muestra un rostro muy juvenil y en más de una fotografía la vemos empleando lentes de contacto, algunos cambian el color de sus ojos y otros crean el efecto de que sus pupilas se ven más grandes, como si se tratara de un personaje del anime japonés. En sus fotografías aparece en el centro, acompañada de toda la parafernalia *gamer*: audífonos en forma de orejas, peluches, colores pastel, peinados que recuerdan a los personajes de videojuegos y caricaturas, mezclado dichos elementos con tomas de la cámara donde se aprecian pronunciados escotes, ropa ajustada, medias de red y realizando ciertas poses.

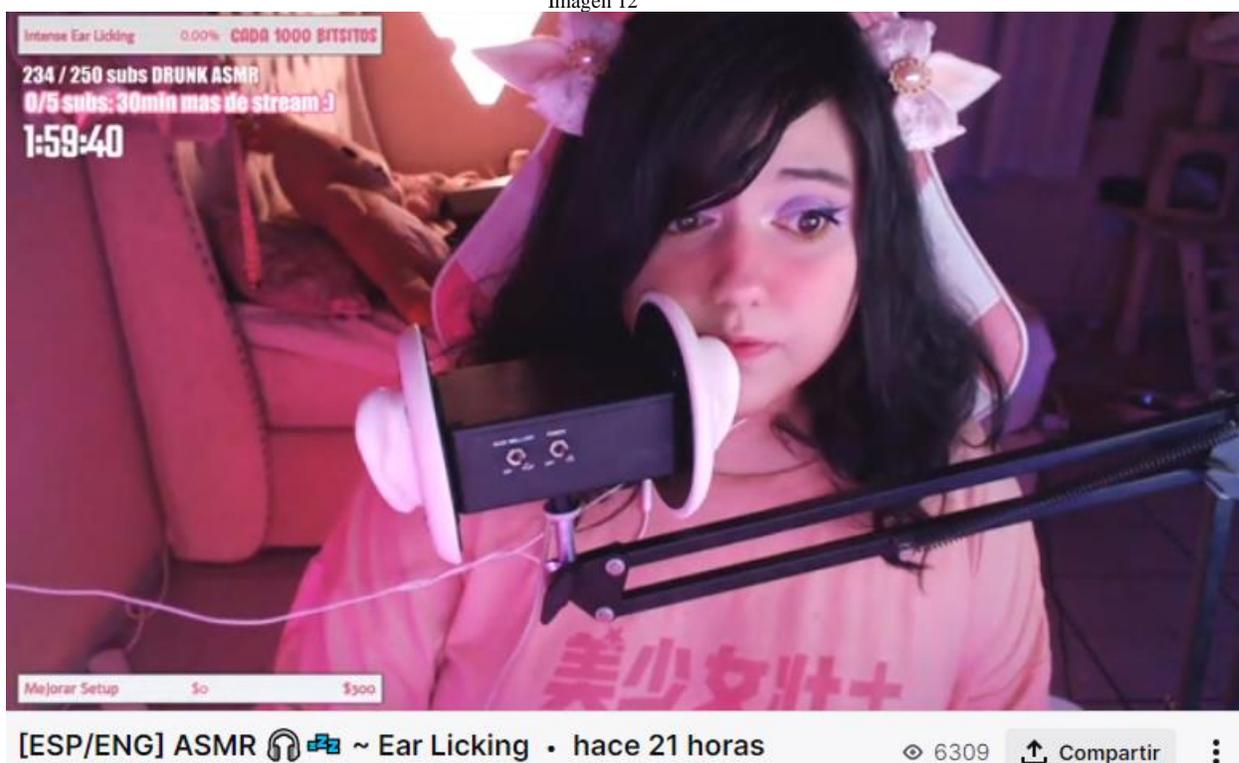
Imagen 11



Sunnyuwu. “Hola bebes! Les recuerdo que este mes pueden tener acceso al asmr del mes de julio y la sesión de fotos de este outfit en mi Kofi”. 29/diciembre/2016. [Fotografía]. https://www.instagram.com/p/CCKaYm2jRVv/?utm_source=ig_web_copy_link

Una práctica característica de Sunny es que realiza transmisiones que han sido denominadas “ASMR”, acrónimo de “Respuesta Sensorial Meridiana Autónoma”, término empleado “para definir la respuesta del cuerpo ante factores externos, auditivos o visuales, que se manifiesta como un cosquilleo en la piel, similar al que ocasionan las caricias, pero sin que nadie te esté tocando” (Milenio, 2019). En muchas de sus transmisiones podemos observar a Sunny frente a un gran micrófono rectangular de color blanco, con dos entradas una en la izquierda y en la derecha. El micrófono tiene un alto alcance y es capaz de captar sonidos de muy baja frecuencia y aumentarlos. Sus *streamings* se convierten en no sólo una experiencia visual, también auditiva. Es común verla lamiendo el micrófono o chupándolo, apreciándose el sonido de la succión combinado con gemidos.

Imagen 12



Sunny. “[ESP/ENG] ASMR Ear Licking”. 14/abril/2021. [Video]. <https://www.twitch.tv/videos/990448896?filter=all&sort=time>
Cada una de estas transmisiones dura en promedio dos horas, donde la *streamer* interactúa constantemente con sus usuarios, respondiendo las preguntas que le hacen, mientras emplea un tono de voz muy bajo, apenas susurrante, que se escucha gracias a su micrófono de alta frecuencia. Las transmisiones que Sunny realiza se encuentran en Twitch, pese al código de vestimenta que ha exigido la plataforma. Parece que ella no ha sido censurada porque ha encontrado la manera de evadir los bloqueos, ofreciendo un contenido a través del sonido, aunque también hay una parte visual, porque se le puede ver lamiendo el micrófono de

maneras lascivas. En este punto es importante notar cómo los usuarios y creadores de contenido desarrollan de maneras creativas formas de evadir los códigos y las censuras, no sólo en cuanto a los comentarios se refiere, también en el contenido han encontrado zonas grises de las reglas comunitarias que aprovechan para hacer uso de todos los beneficios que ofrecen las plataformas de *streaming* sin verse afectados por sus reglas. Además, está presente la cuestión del uso de la tecnología, porque dichos videos no serían posibles si no hubiera de por medio tales tipos de micrófonos, que, como se ha explicado, son capaces de captar sonidos a frecuencias muy bajas y permiten la posibilidad de brindar una experiencia sonora, sobre todo si el usuario usa además audífonos para maximizar el efecto.

XLIGHTMOONX

Diana Acevedo, mejor conocida como xLightMoonx, es una *streamer* que tiene presencia en diversas redes sociales, entre ellas Facebook, Twitter, Instagram y también tiene una cuenta en Twitch, donde realiza sus transmisiones de gaming. xLightMoonx ha sobrevivido al código de vestimenta de Twitch, pero su canal ha sido catalogado por la plataforma con una etiqueta en la que se advierte que es un canal “adecuado sólo para adultos”, una clasificación que puede significar dificultades importantes para los *streamers*, sobre todo porque muchos seguidores pueden ser menores de edad y no podrán seguir sus partidas ni monetizarlas. Son contrastantes los colores de los atuendos que usa, generalmente en negro, sobre todo si los comparamos con sus fondos y escenarios, que siempre están en tonos claros, como en el caso de la fotografía, que es violeta. xLightMoonx, como se hace llamar, es una streamer que suele jugar con el color de sus ojos, en la fotografía la apreciamos con ojos de color verde, mientras que en otras fotografías observamos que sus ojos son de color café.

Imagen 13



xLightMoonx. "Sin título". 16/julio/2021. [Fotografía].

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=323738829419520&set=pb.100053502153541.-2207520000..&type=3>

Actualmente cuenta con más de 845 mil seguidores en Facebook, con 482.533 seguidores en Twitch y con 728,4 mil seguidores en Twitter. Además de estas redes sociales, también tiene una cuenta en un sitio llamado Mi Priv, que funciona de manera parecida a Onlyfans, siendo una plataforma de contenido exclusivo, en la que hay que pagar una suscripción de \$25 dólares al mes para poder visualizar el contenido de su cuenta, ofreciendo xLightMoonx en su mayoría fotografías y videos de corte erótico. Diana Acevedo fue adquiriendo popularidad y seguidores en TikTok, subiendo videos breves en los que realizaba ciertos desafíos de internet y de bailes.

xLightMoonx es la streamer más joven de las diez que fueron seleccionadas, actualmente tiene 20 años y por la fecha de creación de su perfil en Facebook, pertenece a una segunda generación de streamers latinoamericanas, una ola que fue marcada por el lanzamiento de la plataforma Facebook Gaming, como una alternativa y competencia de Twitch. Diana ha declarado que es seguidora de streamers de la primera generación, siendo Ari Gameplays una

de las que más menciona, esto en función de la popularidad y éxito que ha obtenido, siendo un referente para Diana y su carrera.

Relata en una entrevista que le hicieron para Milenio sus inicios como streamer: “todas las noches jugaba con mis amigos Fortnite y estaba con que iba a mis clases de modelaje... Quería hacer un público para lo del modelaje, pero ellos me dijeron: Para que te vayas haciendo público, ¿por qué no le haces como esas chicas que hacen streaming? Y así empecé”. (Milenio, 2021).

En la misma entrevista declara que “cuando empezó la pandemia y todo esto, que la gente empezó a entrar a Twitch a ver qué era; se notó mucho el crecimiento en todos en general”, comparada con otras streamers que llevan más tiempo realizando dicha actividad, xLightMoonx las ha alcanzado en número de seguidores y su crecimiento ha sido importante, ganando relevancia en el ámbito nacional.

MILKY

Felicia, también conocida como Fel MilkyMo, Milky Fel o simplemente Milky, es una *streamer* oriunda de Costa Rica, que actualmente radica en México. Ha ganado popularidad, por su trabajo como conductora de las partidas de la Liga Latinoamericana de League of Legends y por las transmisiones que realiza. Nació el 9 de abril de 1997. Junto al *gaming* y el *streaming*, realiza fotografía y también se dedica al cosplay, disfrazándose de personajes de la fantasía y de los videojuegos, como Daphne de Scooby Doo, Ahri de League of Legends y Pikachu de Pokémon. No sólo es conductora de League of Legends, ella también lo juega y transmite sus partidas, aunque en su acerca de mí de su cuenta de Twitch escribe que es: “HOST DE LA LLA Y GAMER MEDIOCRE :U INTENTO FALLIDO DE OTP DRAVEN”. Otros juegos que streamea son Pokémon Unite, Garena Free Fire y Teamfight Tactics. Tiene presencia en redes sociales como Twitter, Instagram, TikTok y Facebook. En Twitter tiene 19,7 seguidores, en Instagram 119 mil seguidores, en Facebook 83 mil likes y en la plataforma donde más seguidores tiene es en TikTok, con 129.6 mil. Tuvo una relación con el también *gamer* y conductor de League of Legends, RelicLol, pero actualmente están separados. Milky realiza sus transmisiones por medio de Twitch.

Su acerca de mí incluye más información “Lewd retired. Shameless... Trying to live the dream of being a *streamer* and content creator [...] All tips are invested in stream upgrades or to pay my rent”. Desde su propia descripción vemos que tiene la intención manifiesta de

vivir de los *streamings* y de crear contenido, de esta manera vemos que comparada con otras *streamers* como Ari Gameplays o Ama Blitz, Milky aún se está consolidando. Lo segundo es referente a la palabra “lewd” que puede ser traducida como “lasciva”, también menciona que es “shameless”, es decir desvergonzada. En sus cuentas hay links que envían a su lista de deseos en Amazon y otras tiendas, por si alguno de sus seguidores le quiere comprar algo. Entre los *streamers* es muy común la práctica de que creen un avatar, es decir: una representación animada de ellos mismos, para que luzcan como los personajes de un videojuego o de una caricatura. Milky no es la excepción, tiene su avatar y es interesante cómo lo ha hecho, con cuáles elementos:

Imagen 14



Lolmilky. “Acerca de”. 28/febrero/2022. [Fotografía]. <https://www.twitch.tv/lolmilky/about>

La representación que hace su avatar de ella nos muestra a una mujer, de cabello largo y castaño, decolorado en la parte final. Es un personaje de piel blanca, que está usando lentes y que tiene los ojos color café. La vemos sonriendo y con su mano sobre su barbilla, en su mano apreciamos unas uñas pintadas de rosa. La ilustración abarca hasta la zona de su pecho, mismo que muestra un escote, que es formado por una prenda negra, que cubre la parte posterior de sus senos. Su mano derecha no es visible.

Imagen 15



Milky. “Gracias por el recibimiento tan lindo que me han dado estos días mis amores me hacen muy feliz!”. 10/octubre/2020.

[Fotografía]. <https://www.facebook.com/MilkyIRL/photos/3641020605962513>

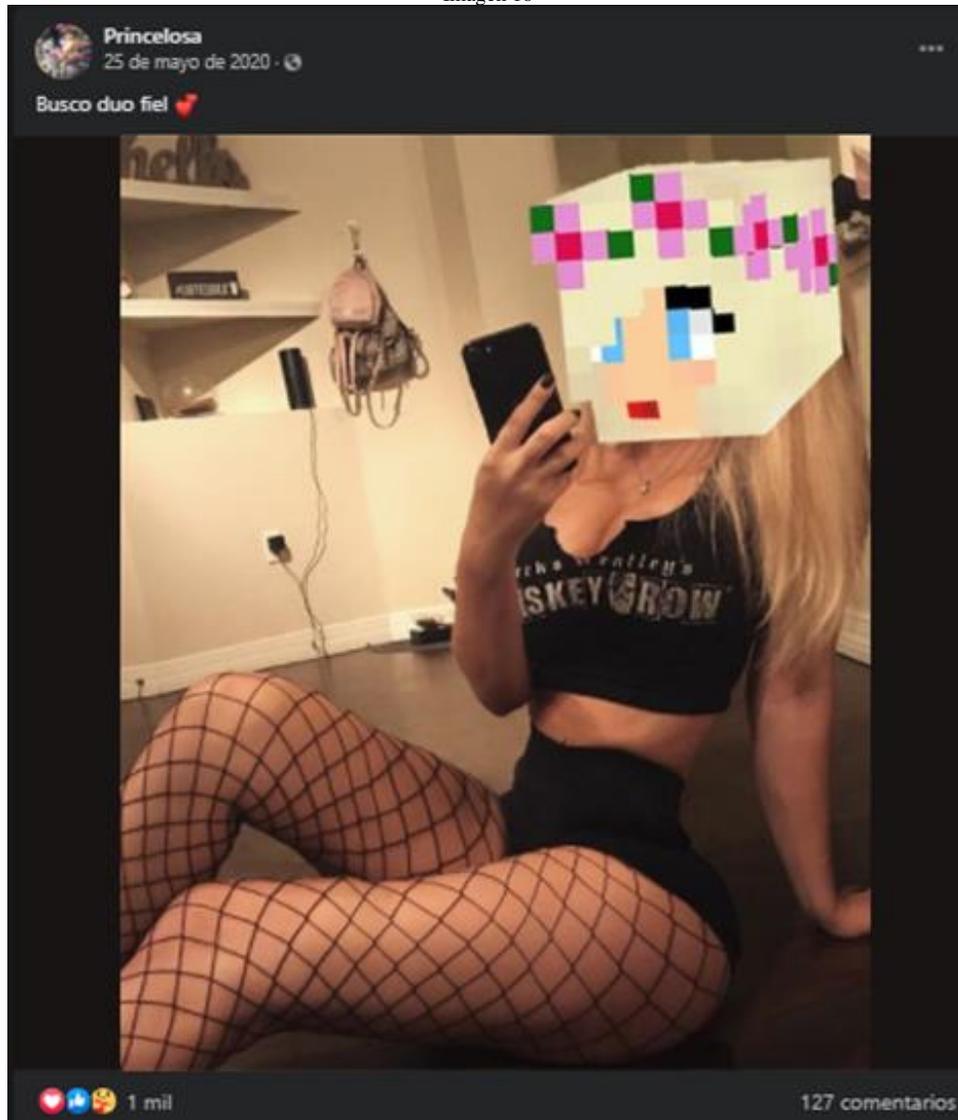
En esta fotografía del 10 de octubre del 2020, apreciamos a Milky sentada en su silla *gamer*, portando sus audífonos negros. Está usando lentes. Es visible su cabello rubio y su tatuaje en el brazo, aunque no se distingue mucho de él, más que una rosa roja. La vemos vestida mayormente de negro y en la parte superior trae un top naranja que dice “Paradise”. En el centro de la toma aparece su pecho, que es cubierto por un sostén de encaje. La prenda inferior le cubre hasta el vientre, luce ceñido. Una parte de las piernas de Milky se alcanzaban a ver. La *streamer* tiene los ojos abiertos, se mira el color de su iris que es café. El maquillaje de sus ojos es amarillo en la parte que da junto a la nariz y es roja del otro lado. A Milky la vemos con una sonrisa y unos labios rosas que brillan ligeramente. El escenario es un interior, que muestra un piso de madera; en la parte superior hay un espejo y del lado izquierdo una puerta y flores blancas con rojo. Esta fotografía recibió 8.7 reacciones, compuestas de 4.2

mil “me encanta” y 4.1 mil likes, principalmente. Fue compartida 17 veces por otras cuentas. Milky recibe de sus seguidores muestras ambivalentes, ya que si bien en sus fotografías hay muchos “me encanta”, en los comentarios hay acrósticos (que explicaremos más adelante), contenido en un tono sexualizante y ofensivo, también hay reclamos donde le piden “no enseñar tanto, darse a respetar”.

PRINCELOSA SYSY

El siguiente perfil es el de Princesa Sysy, una *streamer* que juega videojuegos con una singularidad: realiza sus transmisiones en vivo con el rostro pixelado. El verdadero queda oculto bajo una cara hecha de bits digitales, como si se tratara de un personaje virtual del juego Minecraft. En sus fotografías y transmisiones podemos apreciar a este rostro animado, que es de forma cuadrada, siendo la representación de un personaje femenino de cabello rubio, que usa una corona de flores lila, tiene los ojos azules, los labios rojos y las cejas negras. No hay mucha información disponible acerca de la identidad de esta *streamer* y quizás esa sea la intención del pixelado de su rostro. Lo que se sabe es que se nombra Sysy y tiene 104,582 likes en su página de Facebook y 134,179 seguidores. La plataforma que utiliza para transmitir es Facebook Gaming y juega Free Fire, Mario Bros 64 y Marvel’s Spider-Man. Acompaña sus transmisiones realizando ciertos desafíos o retos a cambio de estrellas. Por ejemplo: por cada 100 estrellas hace que reboten sus pechos, por 500 estrellas realiza un baile, por 1000 estrellas manda una foto y por 1200 estrellas realiza un baile llamado Drakukeo, que básicamente consiste en sacudir sus glúteos y después dar un salto. Finalmente, por cada 5000 estrellas manda una foto personalizada junto al nombre del usuario que hizo la donación, es decir, le realiza un sign.

En la fotografía publicada el 25 de mayo del 2020 recibió 812 reacciones, mayormente de “me encanta” y likes, 472 y 257, respectivamente. Además de que se escribieron 127 comentarios en ella. En el texto que acompaña a la publicación podemos ver cómo la *streamer* realiza ciertas peticiones que tienen que ver con su actividad en el *gaming*, en este caso al escribir “Busco duo fiel”.



Princesosa Sysy. "Busco duo fiel". 25/mayo/2020 [Fotografía].

<https://www.facebook.com/PrincesosaYT/photos/a.2293626907385056/2950111141736626/>

Referente al contenido de la fotografía, lo que vemos es que se realizó en un escenario interior, que está en tonos claros, el suelo parece estar hecho de madera. Se alcanzan a ver unas bolsas colgando y unas repisas con aparatos, uno de ellos está conectado. Son constantes y reiterados los lugares desde donde transmiten y se sacan fotografías estas *streamers*: todos lugares privados, que dan una sensación de intimidad y cercanía. En el centro de la toma se encuentra Princesosa Sysy, portando en las piernas unas medias de red y una prenda negra que cubre la parte inferior de su torso, mientras que la parte de su abdomen se encuentra descubierta. Más arriba trae un top, en el que se alcanzan a apreciar unas letras en blanco. Aparece un escote desde el cual queda a la vista una parte del pecho de la *streamer*, en el cuello se aprecia un collar con un dije.

Con su mano derecha sostiene un celular y parece que está sacando una fotografía, por el ángulo quizás esté utilizando un espejo para lograrla, se aprecian sus uñas pintadas de negro. Si lo anterior es cierto, ella ha sacado una fotografía de sí misma, siendo, en ese sentido, la productora de su propia imagen. Referente a su rostro vemos que está oculto bajo uno que es animado, pero que no alcanza a cubrir del todo a su cabello rubio. La *streamer* está sentada, apoyándose sobre uno de sus brazos. La fotografía muestra una combinación de elementos “reales” con otros digitales, por tanto, debió ser modificada desde algún programa o aplicación informática.

AZENETH MEDINA

El caso de Azeneth Medina es paradigmático en el siguiente sentido: a diferencia de otros perfiles presentados, su estética no corresponde con el de otras *streamers*, no hay una aparición constante de los elementos que refieren a la parafernalia de los videojuegos, no encontramos la silla *gamer*, ni los audífonos en forma de orejas de gato, ni otras referencias de su actividad en el *gaming*. En cuanto a su aspecto físico, vemos que se trata de una mujer con el cabello rubio, no parece estar relacionada con la industria de este tipo de entretenimiento, tampoco se encontraron rastros de que realizara transmisiones en vivo en Twitch, ni en Facebook Gaming, tampoco en YouTube. ¿Por qué contemplarla? Por su manera de anunciarse: haciendo uso del apartado publicitario de Facebook, donde aparecen las marcas y las cuentas que han pagado por el servicio de publicidad, esto con fines de darse a conocer y llegar a un público más grande. De esta manera, una cuenta que aparecía con el nombre de Brenda Medina se estaba publicitando. En su descripción decía que era creadora de contenido relacionado con el *gaming* y que realizaba *streamings*, lo más llamativo de este anuncio publicitario era la invitación directa para que los usuarios se suscribieran a su cuenta de Onlyfans.



Brenda Medina. Perfil de Facebook. Consultado el 10 de marzo del 2021, en: <https://www.facebook.com/BrendaMedinaOf>

Es en ese sentido que es paradigmática: Azeneth es una persona que parece que no tenía relación con el *streaming*, en cuanto a los videojuegos se refiere, pero parece que buscando ampliar su popularidad y generar ingresos en estas plataformas, intentó incursionar en ellas. Utilizando a los videojuegos como un gancho publicitario para conseguir más seguidores, aprovechando la efervescencia y popularidad del fenómeno del *gaming*. Actualmente quedan pocos rastros de estos intentos de incursiones en los *streamings*, el Facebook desde donde se anunciaba y promocionaba como Brenda Medina ya no existe, ni tampoco las transmisiones que pudo haber realizado. Pero, su cuenta de Onlyfans está disponible actualmente, pero aparece con otro nombre: Azeneth. Es oriunda de Monterrey, tiene presencia en redes sociales como Instagram, Twitter y en TikTok, que es donde tiene más actividad y mayor número de seguidores. Actualmente en Instagram tiene 49.7k seguidores, en Twitter tan sólo 4.275 seguidores y en TikTok tiene 729.4 k seguidores.

En todas sus cuentas hay enlaces que dirigen a su perfil de Onlyfans y lo promocionan. La suscripción a su sitio cuesta 11.99 dólares al mes, que de pagarlo da acceso a las 332 publicaciones que ha realizado ahí, en las que se incluyen fotografías y videos. Quedan pocas

evidencias de sus *streamings* y conexiones al mundo *gamer*, las más cercanas son algunas de sus fotografías usando atuendos que simulan ser trajes de súper héroes, como Iron Man, Capitán América y Spiderman. En el resto de sus publicaciones visuales da la impresión de que se dedica al modelaje. En su cuenta de TikTok la podemos apreciar realizando diversos bailes, utilizando ropa escasa y ajustada, también aparece ella en el centro de sus encuadres, con un pronunciado escote. La mayoría de los escenarios en los que tienen lugar sus fotografías y videos son en interiores, en lo que parecen ser cuartos y salas. En su Twitter hay una publicación del 6 de marzo del 2021, que contiene un video donde se lee lo siguiente: “cuando me preguntan que si voy a hacer stream hoy?!” (Azeneth Medina, 2021) acompañada de una canción que dice: “claro que yes”. Mientras Azeneth baila, sosteniendo un control de videojuego y usando uno de los típicos audífonos en forma de diadema, con micrófono integrado, usados para realizar transmisiones. Lo que comprueba que intentó alguna vez realizar *streamings* jugando.

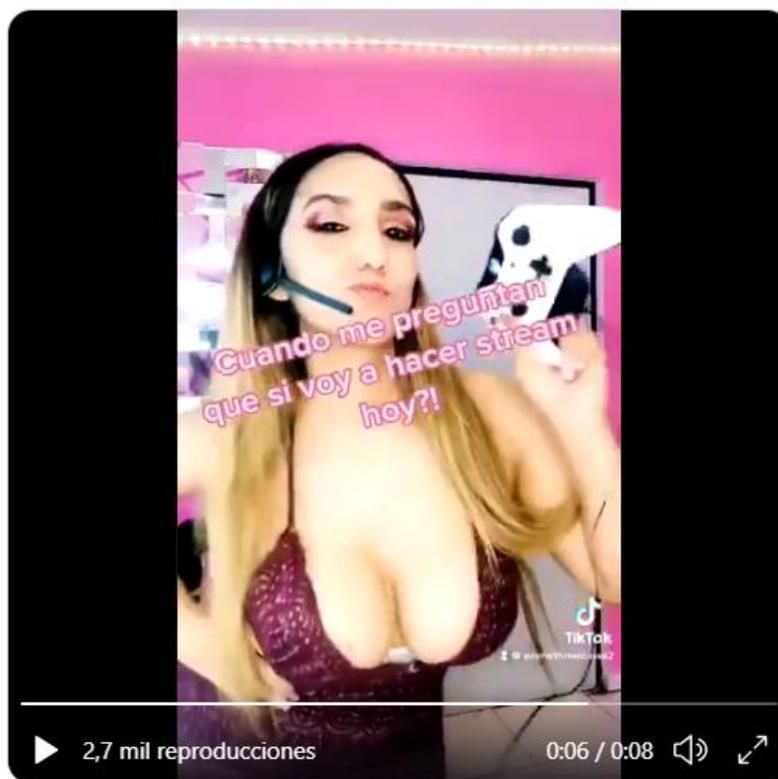
Imagen 18



azeneth medina @azenethmedinas · 6 mar.

...

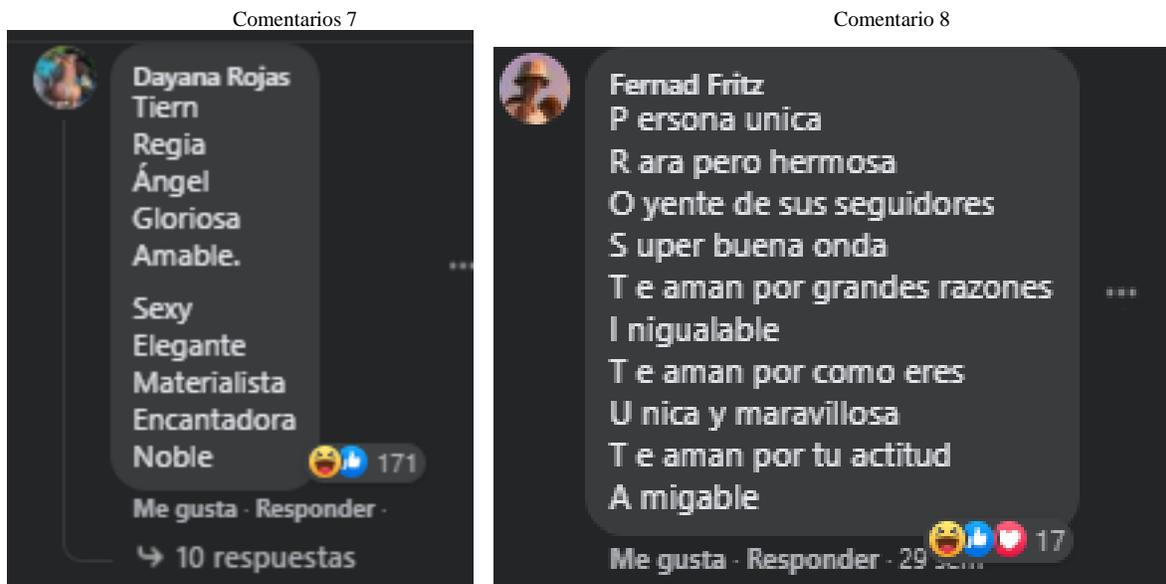
Los veo en #facebookstream #Facebook #FacebookLive 🥰🥰



Azeneth Medina. “Los veo en #facebookstream #Facebook #FacebookLive”. 06/marzo/2021. [Video]. <https://twitter.com/azenethmedinas/status/1368409499212644352>

LOS COMENTARIOS EN FORMA DE ACRÓSTICO

En el fenómeno que acontece en el espacio digital de Facebook Gaming y de Twitch, hay una serie de interacciones sociales, donde algunas mujeres *streamers* suben fotografías en las que aparecen ellas y después éstas son retroalimentadas por los seguidores de sus páginas, con comentarios en doble sentido y sexualizantes. Estos comentarios también aparecen en las transmisiones en vivo que hacen. Una particularidad que se ha detectado es la manera en la cual los seguidores escriben y elaboran sus comentarios: haciendo uso de acrósticos, donde la inicial de cada palabra devela un mensaje que es diferente a lo expresado con las palabras individuales. Aquí encontramos dos ejemplos de acrósticos:



Los dos comentarios anteriores fueron publicados en la fotografía del 21 de julio del 2020, de la *streamer* Windy, la cual era acompañada por el siguiente texto: “¿Qué estará buscando esta gatita? En esta fotografía vemos a Windy sentada en su silla *gamer* rosa con blanco, con un fondo lleno de referencias al *gaming*, muñecos y peluches. En un cuarto iluminado con tonos azules y rosas. La *streamer* porta sus audífonos y una diadema en forma de orejas afelpadas que recuerdan precisamente a las de un gato, vemos su cabello color rojo y algunos mechones en azul. La blusa rosa que usa deja al alcance de las miradas un escote pronunciado.

Imagen 19



Windy. “¿Qué estará buscando esta gatita?”. 21/julio/2020 [Fotografía].

<https://www.facebook.com/440534209385155/photos/pb.100044187561618.-2207520000./2913495002089051/?type=3>

Esta fotografía de la *streamer* Windy, recibió 3.8 mil comentarios y 44.6 mil reacciones, 23 mil fueron likes y 19 mil reacciones de “me encanta”. La fotografía fue compartida 168 veces. Las palabras de los comentarios, de forma individual, tienden a ser adjetivos calificativos hacia la *streamer* que publicó la fotografía. Siendo en su mayoría palabras positivas, como “tierna”, “gloriosa” y “amable”. Con una mirada más atenta podemos descubrir que en realidad dichas palabras forman un acróstico, donde cada letra inicial revela un mensaje, cuyo significado ya no tiene nada que ver con el contenido o el tono de las palabras cuando aparecen solas. El acróstico revela un mensaje que es agresivo, en un tono sexual, puede seguir siendo un adjetivo calificativo hacia la *streamer* o también una oración completa, esto dependerá de lo larga que sea la cadena de palabras que conforman al acróstico. La pregunta que surge es: ¿por qué los seguidores de dichas *streamers* escriben estos acrósticos? Habrán varias respuestas, pero la primera que daremos tiene que ver con la censura. Recordemos que

la red social bloquea los comentarios que considera ofensivos y agresivos, y los elimina, a la vez que sanciona al usuario que los realizó. Si Facebook tiene una tecnología tan desarrollada para detectar imágenes y registrar rostros, no es de extrañarse que también tenga todo un sistema complejo para censurar los comentarios que considera inapropiados y/o agresivos, como los insultos y las groserías. El algoritmo funciona de manera similar al de las fotografías, es decir de forma comparativa. Lejos de la creencia que asume que hay personas destinadas a leer cada uno de los comentarios que se publican en la red social, lo que hay en realidad son algoritmos; que una vez que algo es publicado, busca en su base de datos de palabras censurables y si encuentra coincidencias, el algoritmo considerará que se ha incurrido en un comentario inapropiado que será eliminado, con su respectiva notificación al usuario; existiendo un número de llamadas de atención, que dependiendo de la reincidencia se determinará el tiempo de la suspensión de una cuenta, puede ser de unos días a definitiva. Facebook contempla la cuestión de los comentarios y su censurabilidad, en sus normas comunitarias, principalmente en los incisos: *1. De violencia e incitación. 9. Bullying y acoso. y 12. Discurso de odio o incitación al odio.* Además del funcionamiento del algoritmo, Facebook también se apoya en las denuncias de los otros usuarios, ya sean las víctimas directas o los testigos que pueden evidenciar este tipo de comentarios. En estos casos, un moderador determina, según el contexto y la intención, si deben eliminarse. El propio Facebook reconoce que hace una distinción entre personas públicas y particulares, diciendo que:

En el caso de los personajes públicos, eliminamos los ataques graves y algunos ataques en los que se etiqueta directamente a un personaje en la publicación o comentario. En el caso de los particulares, nuestra protección es aún mayor. Eliminamos el contenido destinado a humillarlos o avergonzarlos, como declaraciones sobre su actividad sexual (Facebook, 2021). Más adelante en su apartado sobre que no se debe hacer, ejemplifica que no se debe “atacar a las personas mediante el uso de términos despectivos relacionados con la actividad sexual (por ejemplo “puta”, “zorra”)” (Facebook, 2021). De esta manera podemos entender el sentido de que algunos usuarios, seguidores de las *boobstreamers*, estén tecnicando sus comentarios, haciendo uso de acrósticos. Esto para poder evadir la censura del algoritmo y hacer llegar su mensaje sexualizante. En ese sentido, los acrósticos surgen como tecnologías gramaticales para evadir la censura del algoritmo de Facebook. De esta manera, siguen

comentando las fotografías de la *streamer* sin correr el riesgo de ser castigados, ya que la red social no es capaz de detectar estas composiciones.

Si queremos saber quiénes son los seguidores de estas *streamers* nos encontraremos con una dificultad importante: al ser perfiles de Facebook, no podemos comprobar que se traten de personas reales, tampoco podremos confirmar su identidad y si la información que ponen es fidedigna. Hay perfiles que no tienen una fotografía personal como tal, tan sólo la imagen de un carro o de una caricatura. Por tanto, no se puede comprobar la identidad de cada uno de estos perfiles, pero podemos inferir por el tipo de comentarios sexualizantes que escriben y el supuesto nombre que aparece al momento de comentar las fotografías que en su mayoría podrían tratarse de hombres. Otros datos de los seguidores, como su edad, su lugar de procedencia, estado civil y su ocupación son de la misma naturaleza problemática, ya que se pueden alterar con facilidad y los usuarios pueden mentir. Se agrega aún mayor dificultad si contemplamos y reconocemos la existencia de perfiles que en realidad son bots, es decir: programas informáticos que realizan ciertas tareas, como comentar específicamente algo, dando la impresión de que es una persona real, esto para aumentar el número de seguidores de una figura pública o crear tendencias, además de influir en la percepción y la toma de decisiones de los usuarios que están en contacto con los mensajes que generan. Si bien, el uso de los bots es cada vez más frecuente y puede ser posible que algunos de los seguidores de las páginas de las *streamers* lo sean, es poco probable que los que realizan los acrósticos sean bots, porque se necesita de cierto esfuerzo creativo para poder hacer uno. No es que sea una situación imposible, pero es poco probable.

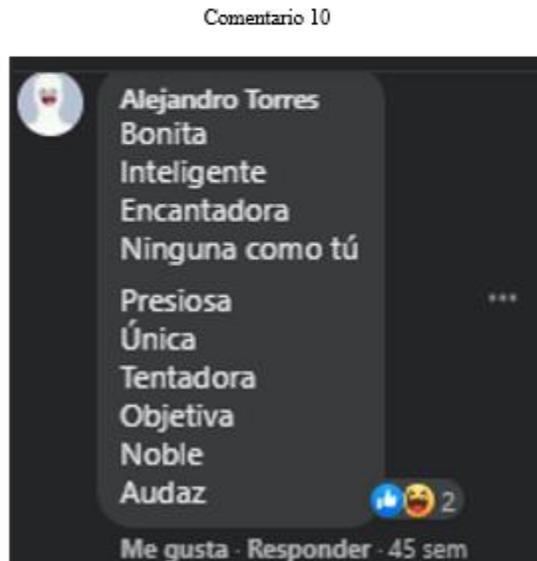
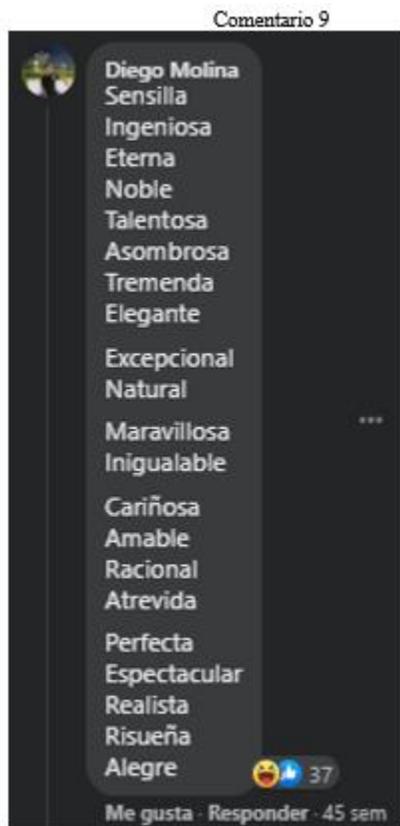
La siguiente pregunta que debemos hacer es: ¿cuántos de estos acrósticos hay en esta fotografía? Sobre todo, para disipar la idea de que quizás se trate de la misma persona que comenta y entonces ya no sería propiamente un fenómeno de orden social, sino algo más personal, individual e íntimo. En la fotografía de Windy, el algoritmo de Facebook nos muestra 50 comentarios, esto generalmente en función de lo populares que hayan sido. En esta fotografía tenemos diez acrósticos, once comentarios que responden a la forma de “poemas”, los cuales analizaremos más adelante, y hay otros tipos de comentarios, mucho más variados, algunos pueden ser saludos, otros comentarios sarcásticos y algunos mensajes de apoyo.

Hay dos maneras de conseguir que un comentario sea considerado popular: la primera si el usuario que lo publicó tiene la distinción de ser un “fan destacado”, lo que significa que es un seguidor que interactúa constantemente con el contenido de una página. La segunda forma es que el comentario haya sido retroalimentado con las interacciones de otros usuarios, ya sea en la forma de likes o de respuestas, creando una conversación entre los propios usuarios. No sólo la *streamer* Windy recibe estos comentarios en forma de acrósticos, también se encuentran en las fotografías y transmisiones de Ari Gameplays y Adaxmoon. Los siguientes dos acrósticos se encuentran en la fotografía de Ari Gameplays del 15 de septiembre del 2020, que fue publicada acompañada del siguiente texto “Tengan un día bonito que harán hoy? :3”

Imagen 20



Ari Gameplays. “Tengan un bonito día qué harán hoy?”. 15/septiembre/2020 [Fotografía].
<https://www.facebook.com/715083851878643/photos/pb.100044524142582.-2207520000../3427688290618172/?type=3>



La anterior fotografía de Ari Gameplays recibió 1.6 mil comentarios y 74.2 mil reacciones, entre las que 23 mil fueron likes y 49 mil reacciones de “me encanta”. Fue compartida 459 veces y recibió 1.7 mil comentarios. En la fotografía podemos apreciar a la *streamer* Ari Gameplays, sentada en una silla diseñada especialmente para jugar videojuegos, que es de color rosa. También porta unos audífonos de gran tamaño y que son bastantes populares entre los jugadores profesionales de eSports, estos audífonos tienen la particularidad de que en la parte superior de la diadema, se encuentran unas estructuras, que también pretenden simular las orejas de algún animal. En el fondo tenemos una habitación llena de Funkos, juguetes coleccionables que representan personajes de series y caricaturas. También podemos notar la iluminación en tonos azules y rosas. En lo referente a su vestimenta, es llamativo por el encuadre de la imagen y el primer plano en el que aparece, el escote pronunciado que deja a la vista una parte de su pecho.

LOS COMENTARIOS QUE SON NOMBRADOS COMO “POEMAS”

Antes de la censura a los comentarios por parte del algoritmo de Facebook, eran más comunes entre las fotografías de las *streamers* otro tipo de comentarios, al menos en cuanto a la estructura se refiere, porque de contenido y tono se mantienen en el mismo nivel de sexualización. Los comentarios que analizaremos a continuación aún siguen siendo elaborados, pero cada vez es más difícil de encontrarlos, ya que expone al usuario que los postea a recibir una sanción por parte de la red social.

La ausencia ante la censura de dichos comentarios ha sido percibida por otros usuarios, que preguntan insistentemente: “¿y los poemas?”, “¿dónde está la poesía?”. Esta parte del fenómeno es importante mencionarla porque muchos de los seguidores de las fan pages, parece que en algunos momentos entran buscando leer los comentarios, más allá de ver las propias fotografías, como si encontrarán en su lectura algún tipo de diversión y recreación. Lo cual se traduce a lo siguiente: las fotografías se convierten en espacios donde se dan diferentes tipos de interacciones sociales, siendo estos comentarios en algún punto más interesantes para los seguidores de estas páginas que las propias fotografías posteadas. Esto no significa que las fotografías pierdan su importancia y sean desdeñables, porque para que existan dichos comentarios necesitan primero de un soporte, para que haya un comentario primero debe existir algo sobre lo cual poder comentar.

Dicho de otro modo, las fotografías que aparecen en estas páginas de Facebook al final terminan por crear comunidades virtuales, donde hay interacciones entre los propios miembros: al leer los comentarios de otros, retroalimentarlos con reacciones y comentarlos. Aunque cada vez sea más difícil encontrar a los llamados “poemas”, eso no quiere decir que sea imposible dar con ellos. El siguiente ejemplo aparece entre los comentarios de la fotografía que posteó Ari Gameplays el 26 de febrero del 2021. En esta ocasión vemos a la *streamer*, ahora con el cabello de color negro, es posible que se trate de una peluca, porque suele jugar usarlas y en fotografías de otros días cercanos a esta publicación, la podemos apreciar con un tono castaño. El escote sigue apareciendo en el encuadre, esta vez bajo una blusa negra de encaje, que tiene ciertas transparencias y deja a la vista una prenda color rojo. También son visibles tres moños rojos. La vista de la *streamer* apunta hacia la cámara.

Hay un contraste importante entre Ari Gameplays y su escenario. Las prendas que usa y también su maquillaje, con un labial brillante y delineador en los ojos, siendo predominantes

los tonos rojos y negros; mientras que de fondo tenemos una variedad de colores, pero todos en tonos claros. La tensión se expresa de la siguiente manera: tenemos el cuarto de alguien que parece ser muy joven, por la cantidad de muñecos y parafernalia relacionada a los videojuegos y vemos a una mujer, que se muestra sensual y atractiva.

Imagen 21



Ari Gameplays. "Peli negra y peligrosa.". 13/febrero/2021 [Fotografía].

<https://www.facebook.com/715083851878643/photos/pb.100044524142582.-2207520000../3971198766267119/?type=3>

La fotografía recibió 135,161 reacciones, siendo 83 mil "me gusta", 47 mil likes y 2.8 mil "me divierte". Fue compartida 872 veces. Dentro de los primeros comentarios que podemos leer, esto en función de su popularidad, nos encontramos con el siguiente:



Lo primero que debemos notar es la interacción que otros usuarios tuvieron con dicho comentario: recibiendo 31 reacciones, toda ellas de “me divierte”. Más adelante se pueden leer las respuestas que celebran la publicación, y al creador le conceden el título de “poeta”, pidiéndole estrechar su mano. Sólo hay un comentario que parece no estar de acuerdo con su publicación, ya que le escribe “QUE CORRIENTE”, a su vez, esta respuesta recibió 14 reacciones de “me divierte” y sólo una de “me encanta”.

Referente a la estructuración del llamado “poema”, vemos que empieza con un tono cordial, diciendo que “quisiera ser el mejor poeta” esto para poder dedicarle “mil poesías”. Enseguida remata el comentario con el contenido sexual, el usuario hace alusión a tener relaciones sexuales con la *streamer*, diciendo que le gustaría más eso que dedicarle poemas. En general esa es la estructura de los poemas, comienzan de maneras afectuosas y muy pronto se vuelven comentarios sexuales, algunos pueden ser escatológicos y ofensivos, se mueven en una

ambivalencia, ya que parecen cordiales y románticos en un primer momento y muy pronto se convierten en comentarios sexualizantes, agresivos y ofensivos.

Además de Ari Gameplays, otras *streamers* reciben este tipo de comentarios, entre ellas Windy, como lo podemos comprobar en el siguiente ejemplo. La fotografía fue publicada el 17 de febrero del 2019, acompañada del texto: “Estoy en vivo YA en Tiktok. Ven. Mi tiktok es WindyGirk.” La fotografía recibió 11,557 mil reacciones, entre las cuales 7 mil fueron likes, 4.1 mil “me encanta” y 183 “me divierte”. Fue compartida 67 veces por otros usuarios.

Imagen 22



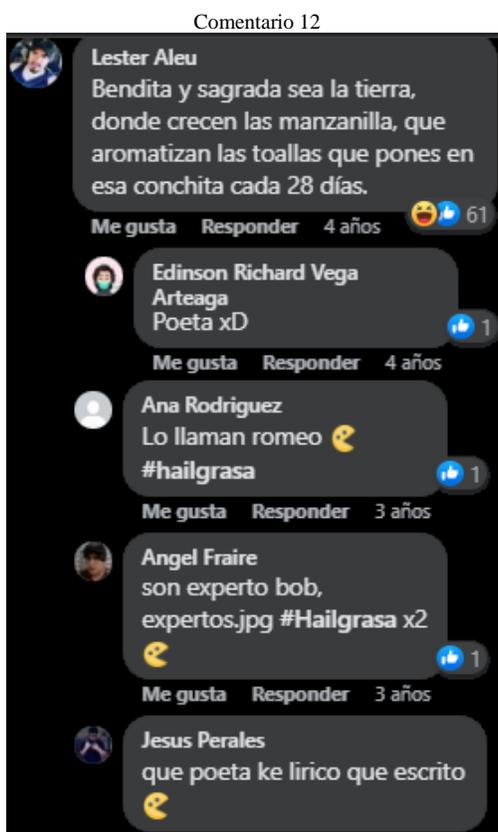
Windy. “Estoy en vivo YA en Tiktok Ven Mi tiktok es WindyGirk”. 17/febrero/2021 [Fotografía].

<https://www.facebook.com/440534209385155/photos/pb.100044187561618.-2207520000../3515186085253270/?type=3>

En esta fotografía podemos apreciar a la *streamer* Windy, con su cabello completamente rojo, usando unos audífonos negros. En cuanto a su atuendo se aprecia un collar negro con la forma de corazón, también la vemos vistiendo una blusa de color blanca, con rayas negras y amarillas en los tirantes, la blusa dice “Game over”, palabras relacionadas al *gaming*, que aparecen en los videojuegos cuando se agotan las vidas de un personaje o las oportunidades.

El escote pronunciado es un elemento que se repite también en esta imagen. Respecto a su rostro, vemos el uso de delineador negro en los ojos y de labial rosa. El escenario es apenas visible, la figura de Windy ocupa la mayoría de la pantalla, pero es posible ver un corazón rojo de fondo junto a muñecos coleccionable de la marca Funko, del lado izquierdo se aprecia un papel tapiz rosa, ilustrado con figuras de helados y postres.

Respecto al contenido del comentario hace referencia a temas sexualizantes en torno a la *streamer* y su cuerpo, concretamente a la vagina y la menstruación. Una vez más podemos leer cómo otros usuarios retroalimentan positivamente la publicación, al decir que es “lírico”. Al usuario que lo escribió lo denominan “poeta” y “experto”. El comentario tuvo 61 reacciones, siendo predominantes los “me divierte” sobre los likes.



Explica Sayak Valencia que “en el régimen de lo “en vivo” no sólo se consumen imágenes y contenidos, sino que también se construye una comunidad de prácticas de actuación” (Valencia, 2018:240), de esta manera los usuarios no sólo contemplan las fotografías de forma individual y pasiva, sino que también crean comunidades junto a otros usuarios que no conocen, esto desde la realización conjunta de prácticas de las que participan.

OTROS TIPOS DE COMENTARIOS:

No todos los comentarios publicados en las fotografías de las *streamers* responden a la forma y al contenido de los acrósticos, tampoco a los poemas, hay una variedad entre ellos. Algunos pueden considerarse como amables, porque si revisamos su contenido no está presente la carga sexual ni el doble sentido. Pueden ser saludos, otros donde les desean un buen día, comentan una partida o les dicen que se ven bien en las fotografías posteadas, que son guapas. Aquí tenemos cuatro ejemplos de comentarios de este tipo hacia la misma fotografía. En el primero: básicamente el usuario se refiere a la belleza de la *streamer*, pero lo hace sin hacer ninguna referencia a un aspecto sexualizante sobre ella. El segundo comentario es muy parecido al anterior, sólo que incluye un gif de un personaje de caricatura con una mirada que muestra unas pupilas muy dilatadas, mientras unos corazones aparecen en el escenario.



El tercer comentario es el más contundente, porque emplea más palabras y le dice que es una mujer hermosa, que luce bien y que la ama. Este comentario recibió 11 reacciones, 10 fueron de “me divierte” y también obtuvo dos respuestas, en la primera le pregunta que si está bien y en la segunda le escriben “simp”, término que se traduce como “bobo”, algunos autores lo refieren como un adjetivo para hombres que “ofrece su devoción, tiempo y dinero a una mujer que no le da nada a cambio”.

En los cuatro ejemplos no encontramos ninguna grosería, tampoco ninguna palabra en doble sentido, ni que sea ambigua y que contenga un mensaje oculto o diferente al expresado en la propia oración. En el cuarto ejemplo, el cual dice: “Guauuuuuuu qué bellísima señorita felicidades”, no parece que haya algún mensaje oculto, ni en la estructura ni en el contenido. No parece ser un comentario ofensivo ni grosero.

La fotografía en la que se encuentran estos comentarios es en la publicación del 24 de enero del 2022 de xLightMoonx. Misma donde vemos a la *streamer* sentada en una silla game de color blanco con rosa. El fondo es un interior, de color crema, podemos apreciar pocas cosas en él, parece que hay un mueble del lado izquierdo y unas repisas del derecho, aparecen las siluetas de unas ramas. Lo que más se aprecia en el espacio de la fotografía es la *streamer*. La vemos con un cabello mayormente castaño, con mechones rubios. En cuanto a su rostro se refiere el maquillaje en los ojos es de color plateado, con tonos azules y negros, en su nariz vemos un piercing, labios pintados de rosa y es visible uno de sus aretes, una pieza larga y delgada. Es visible una sonrisa y la mirada está dirigida a la cámara. xLightMoonx viste una blusa negra, de la que se aprecia un encaje, el escote sigue siendo una constante. Su cabello cubre una parte de sus hombros, por tanto, es difícil saber si la blusa no tiene tirantes o si hay algo que la sostenga. En la parte inferior parece que trae otra prenda, quizá una sudadera también negra, con fondo amarillo con gris, se aprecian los dientes de un cierre.

Imagen 23



xLightMoonx. "Sin título". 24/enero/2022 [Fotografía].

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=447478490378886&set=a.254236243036446>

Esta fotografía no fue acompañada de ningún texto. Fue compartida 200 veces y recibió 64,621 reacciones, de las que 42 mil fueron “me encanta”, 21 mil likes y 1.4 mil reacciones de “me importa”.

Otro ejemplo de este tipo de comentarios los podemos encontrar en la fotografía de la *streamer* Ama Blitz, que fue publicada el 06 de enero del 2022. El texto que acompañó a la imagen fue el siguiente: “Empezaron el año con toda la actitud? Mi top de @fashionnova”. La fotografía recibió 93,054 reacciones, mayormente “me encanta” 57 mil; mientras que likes fueron 34 mil. De manera muy descriptiva el contenido de la imagen es el siguiente: la *streamer* en el lugar donde realiza sus transmisiones. Referente al escenario vemos iluminaciones azules y rosas, al fondo se aprecia un mueble con muchos espacios, donde se alcanzan a ver muñecos, como un payaso. Más abajo hay un peluche de Mickey Mouse, también un castillo y dos Funkos. Aparece una parte de una mesa del lado izquierdo y del

derecho vemos sus iniciales de color azul: AB. En cuanto a Ama Blitz, la vemos sentada en su silla *gamer*, de color lila con blanco. Contrastan todos los colores pastel con la ropa que trae puesta, que es negra, con unas tiras blancas que brillan. También vemos que usa un pantalón con un resorte. Ya en el texto de su publicación podemos inferir que viste esa prenda y la promociona. El top deja al descubierto no solo su pecho, también su abdomen, lo único que lo sujeta son las tiras, dando la sensación de que en cualquier momento se puede abrir.

Imagen 24



Ama Blitz. "Empezaron el año con toda la actitud? Mi top de @fashionnova fashionnovapartner". 06/enero/2022 [Fotografía]. <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=547962836697905&set=pb.100044525795634.-2207520000..&type=3>

A ella la vemos mirando hacia la cámara, se aprecia el delineador negro en sus ojos y también cuatro puntos brillantes, dos arriba de los párpados y otros dos más cercanos a la nariz. Las mejillas también están maquilladas, se ve un rubor ligeramente naranja.

Comentario 14



Entre los primeros comentarios que recibió la fotografía se encuentran estos cuatro, donde tres dicen lo mismo “qué preciosa” y el primero simplemente “hermosa”. Los cuatro comentarios recibieron reacciones de “me divierte”. Hay una especie de lógica invertida entre los usuarios de las *streamers*: al que escribe mensajes sexualizantes se le nombra “poeta” y se celebra su comentario, mientras que se burlan de aquellos que pone comentarios “amables”. Se establece, por tanto, un sentido de la normalidad: donde lo correcto es hacer comentarios sexualizantes, mientras que lo merecedor de burlas es escribir un comentario que no lo sea.

Nos dice Hine: “Los dispositivos lingüísticos tales como los emoticones, los chistes, los códigos locales y las abreviaturas contribuyen a la formación de una comunidad de prácticas de conocimiento, lenguaje y bienes compartidos” (Hine, 2004:31). Esto conforma repertorios de sentido que funcionan como una especie de capital humano que desplegará un individuo en su narrativa cotidiana o en el caso de las redes sociales virtuales en su lifestream. (Valencia, 2018:240)

Vemos de tal manera que se ha creado toda una comunidad de usuarios que han constituido a través de ciertas prácticas, como escribir comentarios, todo un sentido de normalidad que dicta cómo deben ser escritos y además de eso un sentido de lo que está bien visto y lo que es merecedor de burla.

CONSIDERACIONES FINALES DEL CAPÍTULO

A lo largo de estas cuartillas se ha revisado la importancia que tiene el elemento de la interacción en el presente fenómeno, donde no sólo las streamers se comunican con su público, también su audiencia puede establecer interacciones con ellas a través de comentarios y reacciones. Han sido tan rentables las prácticas del gaming a través del streaming, tanto para las plataformas como para los creadores de contenido y los seguidores, que se ha agregado una variable que las fomenta y las vuelve aún más atractivas: la posibilidad de la monetización. Misma que ha elevado el número de streamers y por tanto ha vuelto más encarnizada la competencia y la generación de dinero, teniendo que buscar los streamers estrategias para volver más llamativas sus transmisiones, siendo un recurso para las mujeres que son streamers la posibilidad de la sexualización, a través del uso de escotes pronunciados y de otras prácticas como los gemidos, los descuidos y la aceptación de retos como realizar sentadillas o bailes a cambio de suscripciones y donaciones de monedas digitales.

El fenómeno sigue en desarrollo, hemos visto cómo aconteció primero en Twitch, donde se trató de erradicar por medio de un código de vestimenta, y las streamers que fueron dadas de baja se trasladaron al naciente Facebook Gaming, donde se han seguido desarrollando y que ha llevado a que Twitch sea más permisivo con sus generadores de contenido para evitar más fugas, regresando a streamers que había dado de baja, como es el caso de Ari Gameplays. También hemos analizado cómo la actividad de las streamers no se delimita a las plataformas de streaming, sino que emplean otras redes sociales y recursos para darse a conocer y promocionarse, utilizando sobre todo plataformas de naturaleza visual. Al ser un fenómeno que se sigue desarrollando se concluye que se debe estar atento a su despliegue y movimiento, analizando no sólo que pasa en sus transmisiones, también dando cuenta del contenido que generan en otros espacios digitales, como en el uso de plataformas de uso exclusivo.

Se estableció una cronología, dando cuenta que hay streamers que empezaron en el 2013 con el surgimiento de Twitch y después, con el desarrollo de Facebook Gaming en 2018 apareció una segunda generación de streamers. En este punto se sugiere estar atentos al desarrollo de una posible tercera ola, misma que podría ser derivada del confinamiento por la pandemia de COVID-19 y que llevado al incremento del uso de tecnología de streaming y gaming.

CAPÍTULO II. ESTRUCTURAS GENÉRICAS Y CONTEXTOS QUE ATRAVIESAN AL FENÓMENO DEL BOOBSTREAMING INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO:

En el presente capítulo se incluyen discusiones en torno a los conceptos que se usan a lo largo de la investigación, señalando las acepciones en las que están siendo empleados. Estos conceptos no sólo permiten que nombremos al fenómeno de las *boobstreamers*, además logran que lo podamos contextualizar y que le brindemos un sentido, atendiendo a la propia reconstrucción de las intenciones de los sujetos sociales en su actuar. Lo que permite que ubicamos al fenómeno en un momento histórico concreto y también en una tradición cultural específica. Estas herramientas conceptuales develan el funcionamiento de escenarios y estructuras que dan forma y sentido a las prácticas que hemos detectado en el espacio digital de internet, no son por tanto actividades que sean azarosas o producto de la casualidad, sino que responden a un sistema social en el cual están insertas y que emanan del mismo sistema las permite y configura. De esta manera se discute al patriarcado como un orden social que promueve no sólo las diferencias, sino que establece efectivamente una jerarquía a distintos niveles y con diversas consecuencias, entre los hombres, las mujeres y sus relaciones, confiriéndoles capacidades a los primeros que no son proporcionales ni simétricas respecto a las que tienen las mujeres. La presente investigación analiza lo concerniente al género y lo pone al centro, la lectura que se le da al fenómeno adquiere mayor claridad cuando se parten de estas premisas y discusiones, por ejemplo: de la diferencia que hay entre el género y el de sexo, siendo este último la forma de nombrar la realidad biológica y corporal de los sujetos. Mientras que las prácticas, los roles y los significados simbólicos serán considerados dentro del género, que a su vez propone un entramado binario que busca clasificar todo lo existente en dos ámbitos: lo masculino y lo femenino. Una de las supuestas capacidades de lo masculino es la de poder cosificar, desde una sexualización, a las mujeres y a sus cuerpos, asumiéndolos como productos que generan y satisfacen su placer, asignándoles en el proceso no sólo una utilidad, también un valor en términos económicos, que reduce a las mujeres a que sean explotables y comercializables por parte de los hombres. Se genera de esta manera una serie de relaciones concretas y dinámicas, que son tensas y que parten desde el género mismo, en las que de por medio está la cuestión del poder. Enfrentamientos entre quienes son vistas frente a quienes pueden verlas, quién consume y quién es consumido, quién es sujeto y quién es objeto.

EL GÉNERO COMO ESTRUCTURA Y EL PODER COMO EJERCICIO MASCULINO

Las teorías de género, emprendidas históricamente desde esfuerzos feministas, han tenido muchos propósitos, entre ellos el desnaturalizar ciertas cuestiones que por largo tiempo asumimos como dadas o evidentes en los seres humanos, esto gracias a que se introduce la diferenciación básica entre dos realidades o dimensiones: el sexo y el género. Por sexo se entiende una cuestión que tiene que ver con los cuerpos, sus órganos y sus relieves; en ese sentido se corresponde con la dimensión fisiológica y/o anatómica de los seres humanos. En cambio, cuando hablamos de género tenemos algo que nos resulta menos claro, quizá hasta intencionalmente ambiguo, pero con fuertes pistas que nos permiten que lo relacionemos con algo de lo social, ya sean las prácticas o los roles sociales.

En su aceptación más reciente, “género” parece haber aparecido primeramente entre las feministas americanas que deseaban insistir en la cualidad fundamental social de las distinciones basadas en el sexo. La palabra denotaba rechazo al determinismo biológico implícito en el empleo de términos tales como “sexo” o “diferencia sexual”. “Género” resalta también los aspectos relacionales de las definiciones normativas de la femineidad (Scott, 1996:2).

Desde aquí aquello que escribió Simone de Beauvoir hace mucho sentido: “no se nace mujer, se llega a serlo” (Beauvoir, 1969:109), es decir que el género es algo que se aprende y se desarrolla (a diferencia del sexo, que se nace con él), que tiene que ver con prácticas, nociones, expectativas, ideas, comportamientos, que son adquiridos. Por tanto, el género es enseñado, y hasta intuitivo, socializado por y para los sujetos y luego finalmente interiorizado, como si se tratara de una segunda naturaleza, o diluido precisamente en aquello que consideramos la dimensión más natural de los seres humanos: el cuerpo. Y no sólo las mujeres aprenden a ser mujeres, también con los hombres pasará algo análogo, desde una estructura que pretende ser binaria, hay un mandato hegemónico que les exige y demanda a los hombres que sean masculinos, es decir: los hombres tienen que llegar a ser masculinos, en términos de Beauvoir, llegar a ser “verdaderamente” hombres.

Las preguntas entonces giran en torno a estos procesos en que los hombres interiorizan a la masculinidad con sus mandatos y se la apropian e interiorizan. Las teorías de género tienen consonancia con un clásico problema de orden sociológico, aquel que se expresa de la siguiente forma: el dilema entre la estructura y el sujeto. Para muchos enfoques, como el estructuralismo y el funcionalismo, la estructura era entendida como algo exterior a los

sujetos, que terminaba por constituirlos, desde una serie de procesos sociales. Algunos tipos de estructuras bien podían ser equivalentes a las instituciones o de manera general a la propia sociedad. En palabras de Giddens: *“las sociologías de la comprensión se fundan, por así decir, en un imperialismo del sujeto, el funcionalismo y el estructuralismo proponen un imperialismo del objeto social”* (Giddens, 2006:40).

Para los sociólogos positivistas, como Durkheim, el trabajo de la Sociología era imitar a las llamadas Ciencias Naturales, buscando por tanto las regularidades y los principios inmutables de las sociedades, a manera de leyes; asumiendo que dichas constantes no se encontraban en los sujetos, pues estos eran móviles, cambiantes y subordinados; lo constante se encontraban precisamente en aquello que constituían a los sujetos, es decir que se encontraba en las estructuras, por eso la pretensión de sólo querer estudiarlas a ellas.

Los individuos, como sujetos reales, están subordinados a reglas de acción que aún cuando no crearon sin embargo respetan. Estas reglas que observa en su comportamiento no emergen de los individuos y, a partir de ellos, se difunden en la sociedad, sino que emanan de la sociedad y son imbuidos después en lo individuos. (Silva & Garduño, 1997:18).

Lo cual provocó un problema grave: el estudio de lo social desdeñó por mucho tiempo a los propios sujetos y a sus acciones, Ciencias Sociales, como la Sociología, trabajaron pensando a las estructuras, como si estuvieran vacías, es decir, sin dar cuenta de los sujetos ni de sus acciones. Con el tiempo surgieron nuevos enfoques y teorías que los recuperaban e incluían, como sucede con los llamados posestructuralismos, en donde generalmente se incluye o busca encasillar a Foucault. Si bien estos autores siguen trabajando con estructuras, la concepción que tienen de ellas ha cambiado, ahora se parte de que no sólo la estructura configura al sujeto, hay una relación de implicación, porque las acciones de los sujetos también terminan por configurar a la propia estructura. Por tanto, se rompe aquella idea que las concebía como inmóviles, regulares y permanentes, las estructuras también están cambiando, constituyéndose y elaborándose.

Estructuras estructuradas predispuestas para funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin sin suponer la búsqueda consciente de fines y el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente reguladas y regulares sin ser el producto de la obediencia a reglas, y a la vez, que todo esto, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta (Bourdieu, 1991:92).

Autores, como Bourdieu y Giddens, que además de relacionar e implicar al sujeto con la estructura y a ella con ellos y sus acciones, desde aquello que nombran estructura

estructurante – estructurada o como la teoría de la estructuración, respectivamente; además recuperarán la agencia en los sujetos, como aquella capacidad de espontaneidad y cierto espacio de lo singular, donde la estructura sirve no sólo como reglas, también como recursos, liberando a los agentes sociales del pleno determinismo, a la manera de un inexorable destino que demanda ser cumplido, siendo atravesados por él y en algunos sentidos condicionados por las estructuras, pero no plenamente determinados, se quiebra la idea mecanicista donde podrían verse a los sujetos como meros títeres o máquinas. Giddens, por su parte, entiende por estructura las “reglas y recursos, o conjunto de relaciones de transformación que se organizan como propiedades de sistemas sociales” (Giddens, 2006:61), partiendo de la siguiente premisa: “el dominio de la actividad humana es limitado. Los hombres producen la sociedad, pero lo hacen como actores históricamente situados, no en condiciones de su propia elección” (Giddens, 1993:164).

¿Cómo se relaciona lo anterior con el género? Precisamente al asumir al género como una estructura que constituye sujetos, de maneras muy específicas: hombres y mujeres. El sistema de género se asienta en una dicotomía o binarismo que clasifica y ordena todo desde una escisión ontológica: por un lado, el orden de lo masculino, por otro el de lo femenino, estando lo segundo subordinado a lo primero. Desde esta lógica los cuerpos de los seres humanos son clasificables dependiendo de sus órganos sexuales: si hay pene se les inscribe en el orden de lo masculino, si hay vagina en el orden de lo femenino; lo cual de entrada ya es bastante problemático, pues niega la diversidad de los propios cuerpos, donde no siempre son tan claros o evidentes, negando que existen cuerpos que son diferentes a lo que dicta la norma y en todo caso asumiéndolos como aberraciones o errores de la naturaleza.⁷

El sistema del género, al estar asentado en una binariedad, crea a su vez dos estructuras bien delimitadas y definidas, donde una funciona como antítesis y frontera de la otra, pero estando necesariamente implicadas y relacionadas: la masculinidad y la feminidad. “La idea de masculinidad descansa en la necesaria represión de los aspectos femeninos -del potencial del sujeto para la bisexualidad- e introduce el conflicto en la oposición de lo masculino y femenino”. (Scott, 1996:17). Autoras como Téllez Infantes y Verdú Delgado definen a la masculinidad de la siguiente manera:

⁷ Este tema fue tratado y desarrollado con mayor profundidad en *La (no) superación de los géneros: críticas a la dicotomía hombre-mujer*. (Hernández, 2017).

La masculinidad es un constructo histórico y cultural, de modo que lejos del determinismo biológico o la mirada etnocéntrica tendente a la universalización de una particular forma de ser hombre, las concepciones y las prácticas sociales en torno a este concepto varían según los tiempos y lugares. No hay un único y permanente modelo de masculinidad válido para cualquier grupo social o para cualquier momento. Es más, incluso en una misma sociedad las masculinidades son múltiples, definidas diferenciadamente según criterios como la edad, la clase social o la etnia (Téllez & Verdú, 2011:85-85).

¿Es la masculinidad un tipo de estructura? En muchos niveles parece que sí, porque constituiría a los sujetos, en tanto que hombres, que desde el deber ser necesitan ser masculinos. Se hace aquí necesario distinguir la base biológica del cuerpo de la masculinidad. Desde aquí podemos entender a la feminidad como otro tipo de estructura, ya que genera un sujeto diferente al de la masculinidad: aquel que, ya nos decía Simone de Beauvoir que llegaba a serlo, las mujeres. Conforme a lo que habíamos expuesto anteriormente, la masculinidad en tanto que estructura no sólo serviría de reglas, también de recursos como menciona Giddens, para que los hombres sean de maneras específicas, negando también la diversidad que hay entre los propios hombres; desde la masculinidad se les busca homogeneizar, pretender que, desde ciertos parámetros, todos son iguales, constituidos de las mismas formas. Aquí vemos preciso enunciar que hay una masculinidad hegemónica, que se expresa por ejemplo en una estricta heterosexualidad. En el deber ser y el mandato de la masculinidad, los hombres deben ser así, con preferencia y deseo por las mujeres, castigando fuertemente a los que se salgan de tal imperativo, negándoles la dimensión de ser hombres, catalogándolos como afeminados, o nombrándolos como “maricas, jotos, puñales”, es decir medios hombres.

La homofobia no es sólo una actitud. La hostilidad de los hombres heterosexuales hacia los hombres gays es una práctica social real que abarca desde la discriminación en el trabajo a través de la difamación en los medios, hasta la cárcel y, algunas veces, el asesinato -espectro al que la liberación gay llama “opresión”. El objetivo de estas prácticas no es únicamente ultrajar a los individuos, sino trazar límites sociales al definir la masculinidad “real” distanciándola de los rechazados (Connell, 2003:66).

Como se ha estado sosteniendo y argumentando, desde lo expuesto por Simone de Beauvoir, donde “no se nace mujer, se llega a serlo” (Beauvoir, 1969:109), lo mismo sucede con los hombres, no basta con nacer con cierto tipo de órganos sexuales, se necesita de varias otras cosas, que ahora tienen que ver con la internalización de nociones, ideas, sentires, etc. Que se logran y realizan a través de una serie de prácticas individuales y sociales reiteradas. La masculinidad por tanto exige de los hombres ciertas cosas, para estén en condiciones de

demostrar que efectivamente lo son, dicho de esta manera los hombres están siempre a prueba, por una serie de mandatos y un deber ser que se exige de ellos. “La masculinidad hegemónica es aquella cuyos referentes son: homofobia, misoginia, poder, estatus y riqueza, sexualidad desconectada, fuerza y agresión, restricción de emociones e independencia y autosuficiencia” (Téllez & Verdú, 2011:96).

Desde la dicotomía genérica que hegemónicamente se impone sobre los cuerpos y las subjetividades, el orden de lo masculino se configura y genera en antítesis de lo femenino. Esto lo podemos comprobar rápidamente en la esfera de la niñez, donde todo se divide y clasifica en dos: las cosas que son para los niños no son las mismas para las niñas. Algo bastante básico ocurre en los hospitales al momento de nacer, los padres preparan la ropa del niño en función del sexo con el que nazca, si nace con vagina será un color rosa, si es con pene será azul. Más adelante los juegos y las actividades de los niños también se dividirán, en general juegos bruscos para los niños y otros en teoría más delicados para las niñas, esto se hace evidente en los tipos de juguetes que se regalan: muñecas y trastes de cocina para las niñas y para los niños espadas, pistolas o carritos. “En el juego simbólico la muñeca es un ser vivo para la niña, al igual que cualquier otro muñeco lo es para el niño. Los muñecos (de niños y niñas) despiertan en ellos experiencias y acciones cotidianas que éstos perciben con frecuencia en su entorno” (Lumbreras, 2013:24). Los juegos nunca son neutros, son una suerte de preparación o asimilación de futuras ocupaciones y roles dentro de lo social, en el caso de las niñas que se relacionen con la parte del cuidado y la maternidad, “el mundo de la muñeca tiene una función puramente instructiva, prepara a la niña para su futuro papel de mujer” (ídem), además de una familiarización con los trabajos domésticos, en el espacio de lo privado. Mientras que para los hombres cumplen otra función, el mandato de la masculinidad es que los hombres ejerzan poder; En general de dos maneras: contra ellos mismos y contra otros, referido aquí frente a otros hombres y con las mujeres. Contra ellos mismos sería en la manera de que se impongan ciertas expectativas sociales y las busquen cumplir, porque en el deber ser eso se espera de ellos. “La masculinidad posee un elemento clave que es el poder; ser hombre significa tener y ejercer poder. El poder asociado a la masculinidad exige poseer algunas características, tales como ganar, ordenar, lograr objetivos y ser duro” (Hardy & Jiménez, 2001). Contra otros en la competencia frente a otros hombres, para ver quién es capaz de ejercer más poder. De esta naturaleza son los juegos y

preparaciones de la niñez, siendo un imperativo muy tradicional que los niños aprendan a defenderse, como eufemismo de que aprendan a pelear. A los niños se les exige que aprendan a golpear, a usar sus puños, también de manera muy común se les pone a luchar frente a otros niños, no importando si quieren hacerlo o no, tienen que participar en dichas prácticas para demostrar de entrada su valentía y después también su fuerza. En este punto es vital recordar la definición foucaultiana de poder, que no es un objeto que se posea, en todo caso es ejercido. Dicho de esta manera podemos distinguirlo de la mera fuerza, porque en general hay una confusión entre ambos términos, pero la fuerza no es lo mismo que el poder.

Esto se demuestra en el siguiente ejemplo: alguien que es muy musculoso podríamos concebirlo como fuerte, pero si en la práctica no lo demuestra, de muy poco le serviría; sobre todo pensando en el evento al que nos referíamos anteriormente, el de la pelea, si fuera el caso bastaría con que un hombre fuera más musculoso que otro para declararlo ganador, pero el ejercicio del poder no está en comparar musculaturas, está en la propia pelea, en el ejercicio, que bien podría ganar alguien menos musculoso y en ese sentido ser más poderoso que el fuerte; además de que si el hombre musculoso no quisiera pelear, se asumiría que tiene miedo, por tanto se le reprocharía, porque de un hombre se espera más que sea musculoso que sea valiente. Desde estas situaciones hipotéticas vemos cómo se va construyendo el sentido de la masculinidad, sobre todo como habíamos mencionado en diferencia de la feminidad. “Se ha de notar que la construcción de la identidad masculina se caracteriza desde esta visión por ser un proceso negativo o reactivo, es decir, ser hombre significa fundamentalmente no ser mujer” (Castells & Subirats, 2007:63).

Aquí adquiere su significado el imperativo de que los hombres no deben llorar, porque hacerlo es sinónimo de mostrar los sentimientos, que sería análogo a un momento de vulnerabilidad o debilidad, siendo esto asumido como una característica femenina; dando como resultado que las mujeres son naturalmente débiles y los hombres fuertes, por eso un hombre que llora sería visto como alguien que realiza un acto que no es acorde a su deber ser, todo lo contrario, estaría actuando de manera femenina y eso sería igualmente reprochable.

EL PATRIARCADO COMO ESCENARIO DE LAS BOOBSTREAMERS

No hay una definición única para dar cuenta del patriarcado. Tenemos varias concepciones y premisas que parten desde posturas muy diversas en cuanto a sus enfoques se refieren; pero esto no significa que no existan elementos comunes en las diversas definiciones para ir perfilando de qué se trata el concepto y qué busca explicar. De manera muy general los diccionarios lo definen como una “organización social primitiva en que la autoridad es ejercida por un varón jefe de familia, extendiéndose este poder a los parientes aun lejanos de un mismo linaje”. (RAE, 2021). Como podemos darnos cuenta la anterior es una definición descriptiva pero no explicativa, en el sentido de que no nos dice cómo ni por qué esta autoridad podría recaer en la figura de los hombres, sólo nos hace ver que así es, sin profundizar en las causas o las ideas que podrían posibilitar y sostener a este orden.

Presentamos ahora otra definición, una especializada, que es la de Lucrecia Vacca, donde define al patriarcado como “un sistema político que institucionaliza la superioridad sexista de los varones sobre las mujeres, constituyendo así aquella estructura que opera como mecanismo de dominación ejercido sobre ellas, basándose en una fundamentación biologicista.” (Vacca, 2012:60). La anterior definición abandona el terreno descriptivo para ahondar en el explicativo, nos dice desde qué lógica y premisas opera el patriarcado, además de que apela a él para intentar explicar el estado de dominación en el que históricamente han sido desfavorecidas las mujeres por el simple hecho de serlo. Más adelante Vacca perfila y profundiza en su definición, agregando que “esta ideología, por un lado, se construye tomando las diferencias biológicas entre hombres y mujeres como inherentes y naturales. Y por el otro, mantiene y agudiza estas diferencias postulando una estructura dicotómica de la realidad y del pensamiento” (Vacca, 2012:60).

Con una dimensión mucho más histórica, Gerda Lerner contextualiza su propia definición del patriarcado al sostener que “es una creación histórica elaborada por hombres y mujeres en un proceso que tardó casi 2. 500 años en completarse. La primera forma de patriarcado apareció en el estado arcaico. La unidad básica de su organización era la familia patriarcal, que expresaba y generaba constantemente sus normas y valores” (Lerner, 1990:114).

¿Qué podemos concluir con base a estas tres definiciones? De entrada, que el patriarcado es un cierto tipo de sistema o estructura que busca conjurar y perfilar un orden social, donde los hombres son entendidos como superiores a las mujeres. Partiendo de un intento de apelación

a las cuestiones que tienen que ver con las diferencias biológicas que hay entre los cuerpos de los hombres y las mujeres, por ejemplo, al decir que ellos son más fuertes que ellas, y por tanto superiores, ya que generalmente suelen ser más fornidos que ellas.

Estos presupuestos en torno a la superioridad de los hombres se trasladan después a más prejuicios en los que ni siquiera existe una base material que puedan sostenerlos, por ejemplo, al concebir a los hombres como seres que son racionales y analíticos, mientras que a las mujeres se les perfila como criaturas sentimentales e inestables, ¿dónde está el sustento de dicho prejuicio? No se encuentra la respuesta en los cuerpos, porque el cerebro de las mujeres no es diferente ni inferior al de los hombres. Lo que sucedió es que desde un proceso histórico se fueron naturalizando estos prejuicios en torno a la superioridad de los hombres, tanto que terminaron por ser asumidos como hechos evidentes en sí mismos y necesarios. Por tanto, esta diferenciación entre hombres y mujeres se fue haciendo constitutiva, creando una suerte de esencia de lo que son los hombres y también las mujeres, desde unas supuestas diferencias. Desarrollar el concepto del patriarcado como explicación para el estado de dominación de las mujeres, permitió a las teóricas feministas que lo plantearon, como Gerda Lerner, darle un matiz histórico al conjunto de situaciones de opresión y desfavorecimiento hacia las mujeres, evidenciando que no son *a priori*, ni responden a cuestiones que sean naturales ni tampoco a una suerte de fatalidad inevitable. Joan W. Scott señala que “los teóricos del patriarcado han dirigido su atención a la subordinación de las mujeres y han encontrado su explicación en la “necesidad” del varón de dominar a la mujer” (Scott, 1996:8), agregando que “si la reproducción era la clave del patriarcado para algunas, para otras la respuesta estaba en la propia sexualidad” (Scott, 1996:9). En todo caso el patriarcado tiene un origen histórico, por tanto, no siempre ha imperado ni tampoco ha sido igual y lo más importante, es susceptible de ser cambiado por otro sistema que no ponga en estado de opresión a las mujeres ni que las asuma inferiores a los hombres. El patriarcado, en tanto que construcción histórica, no ha sido siempre igual. Pero desde ciertas lecturas, como las que proponen las teóricas feministas como Lerner y Scott, se pueden ver también sus continuidades y tendencias; aún a sabiendas de las diferencias en cuanto a su operacionalización histórica, hay varias constantes que se mantienen, como el hecho de que los hombres tienen ventajas frente a las mujeres, porque han sido favorecidos y gozan de privilegios que a las mujeres no se les conceden.

Resulta problemática la definición de la RAE porque da la sensación de que el patriarcado es un sistema arcaico, que ha quedado anecdóticamente en el pasado, el patriarcado se ha actualizado y adaptado a nuestros tiempos, muchos de sus prejuicios y nociones siguen operando, sólo que ahora quizás de maneras más sutiles y difíciles de ser detectadas. Como veremos a lo largo de esta investigación sigue vigente la idea, que después es llevada a la práctica, de que las mujeres son inferiores a los hombres, en el sentido de que pueden ser cosificadas y reducidas a objetos, unos que no sólo generan placer, también lo satisfacen, y por tanto existen para ser consumidas por los hombres, haciendo de los cuerpos de las mujeres unos objetos que son susceptibles de ser sexualizables y explotables. Postular teóricamente al patriarcado permite dar una explicación estructural a la dominación de las mujeres, donde no sólo lo padece una, de manera espontánea, singular y exclusiva, sino que la propia vivencia particular se vuelve parte de un entramado más complejo, que se repite constantemente en las vivencias de otras mujeres, por las mismas razones: ser mujeres en un sistema donde los hombres son considerados superiores. Para operar, el patriarcado parte de la diferenciación irreconciliable y binaria de que los hombres y las mujeres constitutivamente no son iguales; el patriarcado se pone en marcha al clasificar y dividir al mundo y sus elementos, ya sean sociales y naturales, en dos polos: uno masculino y otro femenino, el primero les corresponde a los hombres y el segundo a las mujeres. Se comienza con una escisión donde hay cosas y elementos que son del dominio de los hombres y otros que son del ámbito de las mujeres, así, por ejemplo, el espacio público es masculino y el privado es de índole femenina, por tanto, los hombres, desde una división sexual del trabajo, deben salir y las mujeres se deben quedar en casa, de forma pasiva. Todo lo que existe se va clasificando y significando de forma dicotómica, dando la sensación de que es un proceso natural y normal, que hay una suerte de esencia en los hombres y otra en las mujeres, que invisibiliza el proceso histórico que hay detrás en la formación y la propagación de este tipo de orden social.

Las prácticas sociales que tienen que ver con el gaming y el streaming no se escapan de esta forma de clasificación, ya que como veremos más adelante se asume que hay un espacio, aún de forma digital, para los hombres y otro para las mujeres. Antes de poder continuar, tenemos que definir a qué nos referimos cuando hablamos de gaming y streaming. Según sitios, como Gamestop, el gaming “se trata de la ejecución de videojuegos de forma profesional. El

profesional que se encarga de la actividad se denomina “gamer”, que sería la persona que se dedica por completo a jugar videojuegos a cambio de alguna forma de compensación económica” (Gamestop, 2021). Otros portales especializados y dedicados a dichas prácticas dicen que “es la ejecución de aplicaciones especializadas conocidas como juegos electrónicos o videojuegos en consolas de videojuegos como X-Box y PlayStation o en computadoras personales (en cuyo caso la actividad se conoce como juego en línea)” (Hablemos de gamers, 2021). Por streaming podemos entender “la tecnología que permite transmitir archivos de audio y video en un flujo continuo a través de una conexión a internet alámbrica o inalámbrica” (Verizon, 2020). Si articulamos ambos conceptos, gaming y streaming, tenemos como resultado una práctica en la que los gamers juegan sus videojuegos y transmiten sus partidas en tiempo real, para que otros usuarios puedan verlos en acción y retroalimentar su desempeño. Cuando las mujeres han incursionado en dichos ámbitos digitales, se les ha mirado con mucha desconfianza y desaprobación, como si estuvieran usurpando y ocupando un lugar que no les corresponde. Como ejemplo de lo anterior, la gamer profesional de League of Legends, Raquel de la Rica, se ha expresado de la siguiente manera: “valoran mi aspecto físico y me dicen que debería estar fregando, en vez de observar las jugadas que hago. Hay bastante machismo en este mundillo” (El País, 2018). Parece que a los jugadores masculinos les basta con ser diestros en lo que hacen para tener una audiencia alta y recibir comentarios positivos, mientras que a las mujeres se les juzga con otros parámetros y por otras cosas, entre ellas su aspecto físico. Diariamente aparecen en internet múltiples notas, como la siguiente, donde vemos los comentarios que reciben muchas de las gamers: “Aprende a fregar” o “cómo te huele el coño” han sido algunas de las frases machistas e irrespetuosas que ha tenido que aguantar la usuaria Murmaider @AliceNeverMinds mientras jugaba una partida de Valorant.” (Marca Gaming, 2021). Operan prejuicios patriarcales en muchos de los seguidores de las transmisiones, y en los propios creadores de contenido, de que las mujeres son inferiores a los jugadores y streamers hombres, arremetiendo con comentarios en los que dicen que las jugadoras sólo buscan llamar la atención y que su lugar está en otro lado; es frecuente ver en las transmisiones donde compiten jugadoras profesionales comentarios donde las mandan a la cocina o les piden que les hagan un sándwich, dando a entender que el mundo del gaming y el streaming es uno que debe ser masculino. Estos prejuicios se pueden comprobar en las alineaciones de muchos equipos

profesionales de juegos electrónicos, como en League of legends, donde tenemos ligas competitivas por regiones geográficas bien estructuradas, con patrocinadores y hasta estadios, pero la participación de las mujeres es mínima.

La gamer Maria Creveling también se ha manifestado al respecto, diciendo que “los eSports están dominados por los hombres y hay un sexismo evidente. Los directores de equipo se reirían de la idea de contar con mujeres en sus filas. Preferirían contratar a un chico con peores habilidades antes que a una mujer con más nivel” (El País, 2018). Tan sólo en la región de Latinoamérica no hay ninguna jugadora profesional que sea mujer. Y algunos quizá podrían pensar que se debe a que las mujeres no están interesadas en los deportes electrónicos, lo cierto es que hay una gran cantidad de jugadoras y seguidoras de estos juegos, pero quedan relegadas a un papel pasivo: ser solamente parte del público que consume los productos, pero impedidas con muchos obstáculos para que puedan consolidarse como jugadoras que efectivamente sean protagonistas, con una relevancia en los juegos y que estén activas. La gamer Aidy García declaró que “en un torneo en París, el premio máximo para nosotras era de 4.000 euros y para ellos de 20.000” (El País, 2018). De esta manera vemos que no sólo los usuarios parten de prejuicios machistas, también los propios patrocinadores y organizadores de dichas competencias, al abrir una brecha importante entre la retribución económica y lo que puede ganar un gamer que es hombre, frente a una gamer mujer. Walby agrega que el patriarcado es “un sistema de estructuras sociales interrelacionadas a través de las cuales los hombres explotan a las mujeres” (Walby, 1986:51). La pregunta que surge en este punto es, ¿cómo explotan los hombres a las mujeres? En el fenómeno que estudiamos parece que los hombres explotan a las mujeres desde sus cuerpos, a la hora de poder consumirlos como artículos de corte sexual, que generan y satisfacen sus deseos. Lo cual es necesario explicar, porque a primera vista parece que en realidad se trata más de un intercambio, del cual de hecho salen beneficiadas las mujeres streamers, ya que son ellas mismas las que publican las fotografías, hacen las transmisiones y los videos, es decir, que ellas voluntariamente deciden hacerlo porque de fondo hay una retribución económica que obtienen. La explotación se esconde en el hecho de que hay una asimetría genérica, ya que las mujeres no consumen los cuerpos de los hombres, como sí lo hacen ellos. Las mujeres no pueden volverlos artículos o mercancías sexualizadas, porque no tienen esta capacidad, lo que demuestra que en este sistema patriarcal los cuerpos de los hombres no tienen el valor

sexualizante que sí tienen el de las mujeres; comprobamos que los hombres en el patriarcado tienen una capacidad, entre otras muchas, que ellas no. La cuestión de la explotación no está puesta en ver si las mujeres pueden ganar dinero con sus cuerpos o no, en todo caso eso es más un efecto de algo anterior; la explotación se expresa al mostrarse que los cuerpos de las mujeres pueden ser reducidos a un valor y que de hecho hay todo un mercado que los demanda en tanto que objetos de consumo, ya sea en su forma material directa o desde su representación en imágenes o fotografías. ¿Cómo podría explicarse el reciente aumento, en diferentes plataformas, de streamers que son mujeres jóvenes, que emplean ciertas tomas y ángulos para dejar en el centro de sus transmisiones los escotes pronunciados o transmitiendo con ropa escasa o considerablemente entallada? Algunas mujeres exploran otras vías para poder generar seguidores rápidamente y así sobrevivir en el ámbito en el que se desenvuelven, ganando dinero y notoriedad. Estas streamers han encontrado una manera de enganchar a los consumidores ofreciendo en sus transmisiones de manera visual a sus propios cuerpos, al volverlos el centro de la atención, más allá del propio videojuego que estén jugando. La pregunta que podemos esbozar es la siguiente: ¿qué pasaría si esta práctica no fuera rentable? Es decir, que no resultara ni fuera una estrategia eficaz para conseguir seguidores y por lo tanto no ganaran dinero con ella, ¿lo seguirían haciendo? La respuesta seguramente sería no, si el exhibir sus cuerpos no sirviera para conseguir seguidores tendría poco sentido que tantas mujeres streamers buscaran replicar y poner en marcha dichas prácticas. La cuestión entonces pasa por problematizar y preguntar el por qué existe todo un mercado que asigna valores a los cuerpos de las mujeres y además los oferta y demanda; dicho de otra manera: ¿cómo fue que los cuerpos de las mujeres se convirtieron en artículos consumibles y por qué los de los hombres no? El fenómeno de las boobstreamers sólo tiene sentido en tanto que lo vemos como algo complejo, compuesto por varios elementos: no son sólo las mujeres que hacen las transmisiones en ciertas plataformas como Facebook Gaming y Twitch, subiendo además las fotografías a sus perfiles de Facebook e Instagram, también hay que dar cuenta de aquellos a quienes van dirigidos dichos materiales, es decir los que los consumen, pagan y generan las visitas. Finalmente es menester visibilizar las estructuras sociales y económicas en la que están insertas dichas prácticas sociales.

PACTOS PATRIARCALES EN EL CASO DE LAS BOOBSTREAMERS

En su obra *La dominación masculina*, explica Bourdieu que los humanos somos seres que creamos clasificaciones y con ellas terminamos también por crear sentidos; interpretamos al mundo en el que vivimos, asignándole un significado que naturalmente no tiene. De esta voluntad de ordenarlo todo no nos hemos escapado ni nosotros mismos; históricamente se ha creado y se fue perfilando una escisión que nos divide, misma que ha estado escudada en una diferencia puesta en los cuerpos, sobre todo en la parte genital, al encontrar órganos diversos que fueron interpretados como masculinos y otros como femeninos. De esta manera se dividió a la humanidad en tanto que dos grandes grupos: los hombres y las mujeres.

La clasificación no fue para nada neutra, un grupo se impuso y dominó al otro; en este caso fueron los hombres desde lo masculino, que se otorgaron una serie de características que los hacían ver superiores frente a las que supuestamente serían las determinaciones propias de la naturaleza de las mujeres, por ejemplo, la valentía, la fuerza y la racionalidad como atributos de lo masculino. Este asunto fue trabajado y problematizado en mi tesis de licenciatura, titulada “La (no) superación de los géneros. Críticas a la dicotomía hombre-mujer” (Hernández, 2017). La división terminó por ser una jerarquía, donde los hombres se posicionaron por encima de las mujeres, manteniéndolas en un estado de explotación y constante opresión. No sólo fueron atribuidas una serie de características para cada uno de los grupos, también fueron otorgados trabajos y funciones diferentes, lo que según W. Scott, llamaron las feministas marxistas “división sexual del trabajo” (Scott, 1996:11).

Las primeras discusiones entre feministas marxistas giraron en torno al mismo conjunto de problemas: el rechazo del esencialismo de quienes argumentaran que las “exigencias de la reproducción biológica” determinan la división sexual del trabajo bajo el capitalismo (Scott, 1996:11).

Al ser los hombres los supuestamente fuertes, su papel, de manera ideal, era el de ofrecer protección y manutención, mismos que tenían que ser correspondidos con un trabajo servil por parte de las mujeres, además de su obediencia y subordinación sexual. ¿Cómo se ha garantizado que esta dominación patriarcal se cumpla? Dice la filósofa Celia Amorós que “la virilidad no existe sino en tanto que idea-fantasma regulador del comportamiento de los varones, en la medida que crea vínculos entre ellos, el recurrente y sistemático desplazamiento del ideal de la virilidad a otro punto y a otra parte del conjunto de los varones así constituido” (Amorós, 1990:3). De esta forma mantener la virilidad, demostrar fuerza y

ejercer dominio contra las mujeres es una de las condiciones y expectativas que se impone la propia masculinidad. Un hombre que quiera ser reconocido por otro hombre como un igual tiene que demostrar las características anteriores. “La violencia que ejercen los hombres tiene una triple vertiente, ya que pueden desplegarla contra las mujeres, contra otros hombres e incluso contra ellos mismos” (CNDH México, 2018). Dicho en otras palabras, si un hombre quiere ser reconocido y aceptado en el grupo de los hombres, y por tanto de la masculinidad, tiene que hacer ciertas cosas que se esperan de él; esto partiendo además de la premisa de que los hombres son el grupo que debe estar en condiciones de poder oprimir, tiene, pues, que realizar prácticas que desemboquen en la dominación de las mujeres, así “los hombres se identifican como grupo excluyendo a las mujeres y haciendo del poder su patrimonio genérico” (Ávila, 2015).

Chaparro es citada por Darinka Rodríguez en un artículo para El País, diciendo que “es un acuerdo implícito, no es un pacto que se firma como tal, sino que se da por pertenecer a un grupo social con ciertos privilegios” (Rodríguez, 2021). Lo anterior puede ser entendido de la siguiente manera: los hombres por nacer hombres tienen ciertos privilegios que no tienen las mujeres, por la misma razón, ya que son exclusivos del grupo dominante. La formulación de los pactos patriarcales problematiza a otra teoría que da también cuenta de una dicotomía enfrentada, ésta puesta entre opresores y oprimidos por una cuestión de clase. El marxismo, es una posición y teoría social que ve en la historia un materialismo histórico, que se expresa en una lucha de clases, que es encarnada, en el capitalismo, entre los burgueses, que son los dueños de los medios de producción y el proletario, grupo conformado por los trabajadores que tienen que rentar su fuerza de trabajo y después son despojados del producto que genera éste. ¿Cuál es el aprieto en el que mete a la teoría marxista clásica la formulación de los pactos patriarcales? Que desde el marxismo el grupo que sería considerado el más desfavorecido sería precisamente el del proletariado, mismo que está conformado por hombres trabajadores y también mujeres.

¿Qué pasa con la cuestión de “clase” desde la propuesta de Amorós? Es decir, ¿un hombre proletariado puede oprimir a una mujer con más capital económico que él? ¿Un hombre proletariado puede oprimir a una mujer de la clase burguesa? La filósofa española dirá que sí, porque “este acuerdo entre varones es un pacto interclase, es decir que ocurre entre varones que pertenecen a diferentes estratos sociales, pero los une el ser varones que encarnan valores

de masculinidad que son hegemónicos” (Amorós, 1990). Lo anterior lo podemos ver en el fenómeno de las boobstreamers, en el caso concreto de AriGamePlays, que es una de las jugadoras que más dinero genera en Facebook Gaming y aunque tenga un capital económico más ventajoso que el de muchos de sus seguidores, de alguna manera estos pueden reducirla y consumirla como si de un objeto se tratara, en este caso uno que genera deseo sexual.

Sostiene Peter Singer que “siempre deberíamos ser cautos al decir la última forma de discriminación existente. Si algo hemos aprendido de los movimientos de liberación, debería ser lo difícil que es tomar conciencia de los prejuicios latentes en nuestras actitudes hacia ciertos grupos hasta que nos fuerzan a reconocerlos” (Singer, 1999:22). Lo que parecía ser la última forma no sólo de discriminación, además de dominación, para los marxistas era la cuestión de la clase; pero con el desarrollo de las reflexiones e investigaciones en torno al género se ha analizado que otra forma de dominación, que más allá de si es anterior a la otra o no, también vemos cómo se pueden articular clase y género para generar una matriz de múltiples opresiones. ¿Cómo operan estos pactos patriarcales? “Según Pateman, se asienta en la fraternidad de los hombres que acuerdan un contrato social en el que las mujeres quedan excluidas, salvo para su control y dominio” (Fragoso, 2020:249). Las mujeres no firman estos pactos, siendo relegadas a un lugar pasivo y expectante. Mientras que los hombres acuerdan y deliberan en torno a ellas, usándolas como objetos que pueden ser negociados; los pactos patriarcales logran reconciliar a los hombres más allá de sus intereses y posiciones de su condición de clase, todo en favor de seguir manteniendo en un estado de dominación y sometimiento a las mujeres.

La argumentación de Amorós explica que, aunque el pacto no sea firmado de manera tangible, es decir, que empíricamente ningún hombre va con pluma a firmar un documento, aunque no esté propiamente escrito sí que tiene una existencia que se materializa y actualiza en las representaciones simbólicas, las ideas, las prácticas y las relaciones que tienen los hombres con otros hombres. De esta manera conceptos como el de complicidad toman un sentido mucho más asequible y relevante en el análisis de ciertas situaciones, como en el fenómeno analizando en esta investigación, donde vemos que los hombres escriben comentarios en las transmisiones de las boobstreamers, que terminan retroalimentándose de manera favorable con los comentarios de otros hombres que los aplauden y alienta, siempre que muestren un contenido y un tono que sexualice a la gamer que están viendo, mientras

que los que no lo hacen de esta manera son reprendidos y son sujetos del escarnio. El desarrollo teórico en torno a los pactos patriarcales podría explicar cómo miles de hombres, que ni siquiera se conocen, a la hora de ver una transmisión en vivo pueden actuar bajo una misma lógica: la de ejercer poder y dominio frente a la mujer que miran, compitiendo hasta por ver quién de los usuarios escribe el comentario más sexualizante o retroalimentando positivamente el comentario de otro seguidor

EL CASO DE INGRID SOL OLIVEIRA

Ingrid Oliveira Bueno da Silva, mejor conocida en el mundo de los videojuegos como Sol, era una jugadora brasileña profesional del videojuego para celulares Call of Duty Mobile. Con apenas 19 años ya se estaba abriendo camino en el ámbito gamer, compitiendo en los torneos del Fantastic Brazil Impact (FBI ESports) y en el Battle Girls. Krony, una de sus compañeras, se refirió a ella de la siguiente manera: “era una persona extraordinaria. La vamos a recordar cada día que nazca el sol, cada día que el sol toque nuestro cuerpo. Cada vez que miremos al sol, vamos a recordarla” (Tierra Gamer, 2021), agregando además que Sol era “una jugadora brillante y dedicada” (Ídem).

Al momento de estarse desarrollando la presente investigación, la noticia de su asesinato se hizo pública: los hechos ocurrieron el 22 de febrero del 2021, en el distrito de Pirituba, en la ciudad de Sao Paulo. Sol fue encontrada muerta por su hermano. El asesino resultó ser otro jugador de Call of Duty Mobile, de nombre Guilherme Alves Costa, alias “Flashlight”, un hombre de 18 años. Según lo que cuentan las noticias, él mismo se entregó a las autoridades y confesó su crimen. En sus declaraciones contó que conoció a Sol a través del juego y después de sostener conversaciones con ella aproximadamente por un mes, la invitó a su casa, con el pretexto de jugar. Una vez en su hogar la atacó por la espalda y la apuñaló hasta matarla. Era la primera vez que se veían. Después de cometer el asesinato, realizó un video mostrándose junto al cuerpo de Sol, grabación que mandó a un grupo de WhatsApp del que era parte junto con otros jugadores, llamado “Gamers Elite”. Fueron los miembros de dicho grupo los que dieron parte a la policía.

Alves Costa terminó por entregarse voluntariamente media hora después de mandar el video. Ya estando con las autoridades, según el portal de noticias El Confidencial, un policía le preguntó: “¿Recuerdas lo que hiciste, hijo? ¿O no lo recuerdas?” Y sus respuestas fueron:

“Por supuesto que lo recuerdo. Mi cordura está completamente apta.” “Lo hice porque quise hacerlo”, declarando que su motivo principal de asesinarla fue porque Sol “se estaba atravesando en mi camino” (El Confidencial, 2021).

En otros sitios noticiosos se agregó que fueron encontradas notas en un diario perteneciente a Alves Costa y también mensajes en su celular, donde el asesino escribía sus supuestos planes e ideas, en las que supuestamente tenía pensando atacar iglesias y donde se declaraba parte de “una secta secreta” (El País, 2021). Más allá de lo cierto que pueda ser esta última información, hay que detenerse a analizar en cómo es que se presentan estas noticias, dando la sensación de que el asesino responde completamente al perfil de un tipo perturbado e irracional, un asesino despiadado, con tendencias sociópatas. El problema de la narrativa anterior radica en que se presenta a un individuo excepcional, en el sentido de único y singular, dando el sentido de que el hecho fue algo aislado y desafortunado, una situación desvinculada de la propia realidad social, un caso extraordinario.

Cuando las cifras nos muestran todo lo contrario, develan en todo caso una consistencia, violencia sistemática y constante contra las mujeres, por el hecho de serlo. En el 2018, el Instituto de Investigación Económica Aplicada reveló que en Brasil cada dos horas fue asesinada una mujer (IPEA, 2020). Si hacemos los cálculos eso nos da una cruda cifra de 4500 mujeres en dicho año. Rita Segato argumenta que “no podemos entender la violencia como nos la presentan los medios, es decir, como dispersa, esporádica y anómala. Tenemos que percibir la sistematicidad de esta gigantesca estructura que vincula elementos aparentemente muy distantes de la sociedad y atrapa a la propia democracia representativa” (Segato, 2016:75). Otras estadísticas, que fueron publicadas en El Confidencial, muestran que en el país carioca cada 11 minutos ocurre una agresión sexual contra las mujeres (El Confidencial, 2021).

En este punto podemos preguntarnos: ¿por qué existe tanta violencia en contra de las mujeres? ¿Cuál es su origen y sentido? Si en verdad es cierto que responde a algo sistemático, ¿qué función cumple dicha violencia? Segato sostiene que “donde hay una jerarquía tiene necesariamente que ser mantenida y reproducida por métodos violentos” (Segato, 2016:167). ¿Cómo garantizar la supuesta superioridad de los hombres sobre las mujeres en una sociedad patriarcal? Justo a través de las demostraciones violentas de la fuerza masculina que mantengan el orden y enseñe a hombres y mujeres su lugar en el espacio social, eso es lo que

Segato denomina *pedagogía de la crueldad*, entendiendo por este concepto “el criadero de personalidades psicopáticas apreciadas por el espíritu de la época y funcionales a esta fase apocalíptica del capital” (Segato, 2016:102). La violencia termina por volverse un recurso efectivo de lo masculino.

La pedagogía masculina y su mandato se transforman en pedagogía de la crueldad, funcional a la codicia expropiadora, porque la repetición de la escena violenta produce un efecto de normalización de un pasaje de crueldad y, con esto, promueve en la gente los bajos umbrales de empatía indispensables para la empresa predatora. (Segato, 2016:21).

La normalización de la que habla Segato es la de acostumbrarse cada vez más a este tipo de noticias, viendo de manera normal que las mujeres mueran a manos de hombres e interiorizando en los propios hombres el mandato masculino que les exige que sean capaces de ejercer poder y dominar a las mujeres, bajo la premisa de que son superiores a ellas. Sayak Valencia, por su parte, en su libro *Capitalismo gore*, nombra teóricamente a estos sujetos masculinos violentos, que viven en lugares social y económicamente precarizados, como endriagos, haciendo:

Una analogía entre el personaje literario, que pertenece a los Otros, a lo no aceptable, al enemigo, [...] los nuevos sujetos ultraviolentos y demoledores del capitalismo gore. Los sujetos endriagos surgen en un contexto específico: el postfordismo. Ésta evidencia traza una genealogía somera para explicar la vinculación entre pobreza y violencia, entre nacimiento de sujetos endriagos y capitalismo gore. (Valencia, 2010:90).

Lo de Valencia es un esfuerzo por explicar el entrecruce y la retroalimentación que se da entre la pobreza en la que viven los sujetos masculinos, con las apariciones cada vez más brutales de actos violentos, justo como lo notamos con Alves Costa. Es una triada entre género, economía y violencia. Es en todo caso una forma de explicar la violencia de la que hacen uso los sujetos masculinos, que va más allá de caer en una caja negra, que no es explicativa y que reduce la cuestión a asumir que son sujetos desviados o enfermos. Como si la violencia sólo se pudiera explicar a través de la enfermedad mental de dichos sujetos masculinos, negando toda posibilidad de que sea el resultado de unas condiciones que son sistemáticas y uniformes. Nombrar a los endriagos es la explicación de la violencia a través de la uniformidad de los sucesos que aparecen desvinculados y que sólo nos muestran a los actores: sujetos flagrantemente violentos, pero que ocultan la lógica de la que abrevan y toman su sustancia. Cuestionando así la teoría que asume que la violencia contra las mujeres es algo extraordinario y que no están relacionados estos actos.

Entendemos a los sujetos endriagos como un conjunto de individuos que circunscriben una subjetividad capitalística, pasada por el filtro de las condiciones económicas globalmente precarizadas, junto a un agenciamiento subjetivo desde prácticas ultraviolentas que incorporan de forma limítrofe y autorreferencial. (Valencia, 2010:93)

¿Por qué es importante mencionar lo anterior? Para darle un contexto al asesinato de Sol Oliveira, no fue algo espontáneo ni aislado, todo lo contrario, fue el resultado de unas condiciones reiteradas, que ponen en evidencia la violencia que es ejercida en contra de las mujeres, sobre todo en los países latinoamericanos. “Recordemos, sin embargo, según los últimos números de las Naciones Unidas, América Latina es el continente más violento del mundo. La letalidad por violencia criminal, no por guerra, es mayor inclusive que la de África”. (Segato, 2016:157). ¿Cuál es la relación entre la pobreza y la violencia? Los modos precarizados en los que viven las personas en estas latitudes.

Y no se trata de un argumento esencialista que apele a que la gente con menos recursos económicos son los más propensos naturalmente a la violencia, mientras que los ricos, quizá, por la educación que tienen no lo son; es en todo caso la evidencia de la precarización sistemática a la que están expuestos, la normalización de la violencia en la que se vive y que se vuelve el pan de cada día. En versiones mucho menos ruidosas, pero que igualmente preocupantes y peligrosas, el mundo de los videojuegos está lleno de expresiones de sexismo, discriminación y poca consideración hacia las mujeres, siendo un medio dominado fuertemente por lo masculino, tanto así que todavía no existen torneos oficiales para mujeres. Más allá del fenómeno de las boobstreamers, las mujeres en toda Latinoamérica tienen que competir en sitios digitales que les son hostiles, donde reiteradamente son agredidas por medio de los comentarios de los seguidores, que las mandan a “preparar comida”, dando a entender que ese no es un lugar para ellas, haciéndolas menos por el hecho de ser mujeres, apelando al prejuicio masculino de que ellas no saben jugar como los hombres. Siendo además de menospreciadas, víctimas del acoso. Recientemente Battle Girls propuso algo llamado Support BG, un proyecto que “tiene como objetivo abrir un espacio seguro y confidencial, para las denuncias de violencia contra la mujer en el entorno digital” (Cultura Gamer, 2021). Iniciativa que ha declarado que serán recibidos reclamos y denuncias por “acoso (moral o sexual), desigualdad, discriminación, violencia psicológica, amenazas, coacciones, humillaciones, entre otros” (Ídem). Esta iniciativa, junto a otras como Valorant: Game Changers, surgen como respuesta a un problema que existe y se ha ido visibilizando

cada vez más: aún en los espacios digitales, la violencia sexista y patriarcal se ha ido asentado y reproduciendo, teniendo como culmen y muestra el asesinato de Sol.

Siendo el feminicidio la cima más alta de una pirámide de violencias bien identificadas por instrumentos como el Violentómetro, desarrollado por el Instituto Politécnico Nacional, donde hay tres escalas: una verde que inicia con bromas hirientes. Otra amarilla que incluye el intimidar, amenazar, humillar en público. Y finalmente una de color rojo, donde el pico más alto es el asesinato, pasando por el abuso sexual y la mutilación. Aunque visualmente el instrumento es ascendente, se explica en él que “las manifestaciones de violencia que se muestran en el material no son necesariamente consecutivas, sino que pueden ser experimentadas de manera intercalada” (Instituto Politécnico Nacional, 2021).

Hay usuarios en internet que realizan prácticas que consideran inofensivas: como escribir comentarios hirientes, compartir fotografías, burlarse de ciertas personas, acosar y mandar mensajes desagradables; quizás creyendo que sus actos no deberían de ser tomados tan en serio, alegando que fueron solamente bromas inocentes cuyo único fin era la diversión, asumiendo que todo lo que pasa en internet, se queda ahí. Valencia dice al respecto que “las ficciones políticas devienen realidad material, es decir, se encarnan, se vuelven cuerpos, pasan de ser “mundos mentira” a “ficciones políticas vivas”, que crean un puente entre lo real y lo irreal” (Valencia, 2018:245). Lo que para los usuarios sólo pasa en el mundo digital y se queda ahí, adquiere pronto una materialidad en lo social. La violencia patriarcal que se desplaza en estos entornos electrónicos se retroalimenta a su vez de la misma violencia en contra de las mujeres que es propia de nuestra sociedad, al tiempo de que se producen nuevas formas en las que la violencia patriarcal se genera y reproduce. Casos como el de Sol Oliveira demuestran que este tipo de violencias que comienzan en el espacio digital no se limitan a estar ahí, se desplazan al mundo físico y se materializan. Las mujeres que son parte del fenómeno de las boobstreamers también están expuestas a todas estas violencias patriarcales.

EL TRÁFICO DE LAS MUJERES Y SU INTERCAMBIO

En su artículo “El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo”, Gayle Rubin propone explicar el estado histórico de dominación de las mujeres partiendo desde lo que ella nombra: “sistema de sexo/género”, al que define en un primer momento como “el conjunto de disposiciones por el que una sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de la actividad humana, y en el cual se satisfacen esas necesidades humanas transformadas” (Rubin, 1986:97).

Rubin opta por utilizar el sistema de sexo/género, en detrimento de lo que ella llama “las alternativas más comunes que son modo de reproducción y patriarcado” (Rubin, 1986:103). Al modo de reproducción no lo utiliza y le hace la crítica de que no todo el ámbito sexual y genérico se reduce a una mera cuestión de procreación, sino que lo sexual y genérico es algo más complejo; en otro sentido deja de manifiesto que “no podemos relegar todos los multifacéticos aspectos de la reproducción social al sistema sexual. El remplazo de la maquinaria es un ejemplo de reproducción en la economía” (Rubin, 1986:104). En lo que respecta al patriarcado no lo utiliza como término porque en su consideración “oculta otras distinciones” (Rubin, 1986:104), como que pueden existir, o existieron, otros sistemas sociales y genéricos que sean alternativos y diferentes de los patriarcales:

Es importante -aún frente a una historia deprimente- mantener la distinción entre la capacidad y la necesidad humana de crear un mundo, y los modos empíricamente opresivos en que se han organizado los mundos sexuales. El termino patriarcado subsume ambos sentidos en el mismo término. Sistema de sexo/género, por otra parte, es un término neutro que se refiere a ese campo e indica que en él la opresión no es inevitable, sino que es producto de las relaciones sociales específicas que lo organizan. (Rubin, 1986:105).

Rubin argumenta que no se pueden designar a todos los sistemas de clasificación por género como unos que sean estrictamente patriarcales, aunque muchos de ellos incluyan y operen desde la opresión contra las mujeres, porque “el patriarcado es una forma específica de dominación masculina, y el uso del término debería limitarse al tipo de pastores nómadas como los del Antiguo Testamento del que proviene el término, o grupos similares” (Rubin, 1986:105). Este tipo de dominación masculina, que es la patriarcal, se asienta y legitima desde un orden familiar, concretamente en la paternidad, mientras que en otras sociedades lo que sucede es que “el poder de los hombres en esos grupos no se basa en sus papeles de padres o patriarcas, sino en su masculinidad adulta colectiva”. (Rubin, 1986:105). Para solidificar su propuesta de usar como concepto el sistema sexo-género, Rubin recupera de la

obra de Levi-Strauss otro término: “el intercambio de mujeres” (Rubin, 1986:108). Y lo hace desarrollando, con muchas reservas, la argumentación del antropólogo; que originalmente explicaba que el nacimiento de la cultura surge con la imposición, casi, universal del tabú al incesto, es decir con la prohibición de que un hombre se case con su madre, con su hermana o con sus hijas, lo que implica que “la prohibición del uso sexual de una hija o una hermana los obliga a entregarla en matrimonio a otro hombre, y al mismo tiempo establece un derecho a la hija o a la hermana de ese otro hombre... La mujer que uno no toma, por eso mismo, la ofrece” (Lévi-Strauss, 1969:51).

Para Rubin, siguiendo críticamente a Levi-Strauss, el tabú al incesto no sólo es un miedo o repulsión moral de los hombres a casarse con las mujeres con las que comparte un lazo sanguíneo o una línea de parentesco, es además la regla suprema del obsequio y el intercambio, que tiene que ver de fondo con toda una economía política que se hace manifiesta en la extensión de los vínculos familiares:

¿Qué quieres casarte con tu hermana? ¿Qué te pasa? ¿No quieres tener un cuñado? ¿No te das cuenta de que si te casas con la hermana de otro hombre y otro hombre se casa con tu hermana, tendrás por lo menos dos cuñados, mientras que si te casas con tu propia hermana no tendrás ninguno? ¿Con quién cazarás, con quién cultivarás tu huerto, a quién irás a visitar? (Arapesh, cita en Lévi-Strauss, 1969:485).

Desde este planteamiento podemos vislumbrar varios elementos: si las mujeres son las que se intercambian, los que las entregan han sido los hombres, de este modo vemos que los hombres tienen unos derechos sobre las mujeres, que no tienen ellas sobre ellos; las mujeres no pueden intercambiar a los hombres, no están en condiciones de poder hacerlo. Y de manera más profunda vemos que “las mujeres no tienen pleno derecho sobre sí mismas” (Rubin, 1986:113), no se les ha permitido ser dueñas de sí.

La práctica del intercambio de las mujeres sigue estando vigente, al menos en su sentido simbólico. En varios países de Latinoamérica, concretamente en México, todavía es común que cuando una mujer se casa, su padre es el encargado de entregarla, como si fuera ella una propiedad que le pertenece. Es deber del novio y de su familia ir a pedir a la novia. Como ejemplos de lo anterior tenemos el caso de San Miguel Acuexcomac, en el estado de Puebla, donde “ser pedida, honrar la casa paterna, contar con la anuencia de ambas familias es el ideal compartido al que se opone el “robo” de la novia como vía alterna para iniciar vida conyugal” (D'Aubeterre, 1999:62). De esta manera tenemos que la práctica contraria de “pedir a la novia”, es robársela, significando esto una ofensa directa al padre de la mujer en

cuestión. También tenemos el caso de Villa Victoria, en el Estado de México, donde, según el portal de internet del gobierno estatal, hay una tradición popular que reconocen y es llamada “El contento”⁸.

Aunque cada vez es menos popular, también se practican las pedidas de mano, donde los novios hablan directamente con el padre de la novia no sólo para pedirle su bendición, también su permiso para poder casarse con su hija, otra vez en consonancia con la idea de que no sólo las hijas, en general, todas las mujeres de una familia le pertenecen al jefe de ésta. Vemos que estas prácticas no son igualitarias en el sentido de que no existen las pedidas de mano de los hombres, las novias no van y hablan con las madres de sus parejas masculinas, porque se asume y se conjura una suerte de funciones y papeles, donde los hombres son los activos y las mujeres las pasivas, en ese sentido los hombres son los que deben tomar y las mujeres están para ser tomadas, con el debido permiso del padre. El matrimonio termina siendo un arreglo entre hombres.

Gayle Rubin no está de acuerdo con Levi-Strauss en que la imposición del tabú al incesto sea lo que de origen a la cultura, sobre todo por las consecuencias y efectos que esto implicaría, ya que, si fuera de esta manera, el origen de la cultura estaría puesto y cimentado en el intercambio de las mujeres, Rubin piensa que hay otros modos de ser de la cultura que no impliquen necesariamente el tener que intercambiar mujeres. Más allá de este desacuerdo, el trabajo de Levi-Strauss tiene una importancia fundamental en mostrar cómo las mujeres han sido intercambiadas por ser precisamente mujeres, ya que en algún punto de sus obras se pregunta por qué las mujeres son las intercambiadas y no lo hombres, haciendo su investigación antropológica ve que los hombres también han sido traficados pero bajo otros sentidos, es decir no se intercambia a un hombre por ser hombre, se intercambia a un hombre para que sea prisionero, soldado, trabajador, etc. Mientras que “las mujeres son objeto de transacciones como esclavas, siervas, prostitutas, pero también como mujeres” (Rubin, 1986:111).

⁸ “Se pide la mano de la novia” y se fija la fecha para la boda, pero si el novio “se roba a la novia”, hay que regresar a los tres días a pedir perdón, se lleva a una persona de respeto, que se conoce como “voz cantante”, ésta aboga por el novio. Ya que los padres de la novia aceptan, permiten la entrada de los novios que esperan fuera del hogar, éstos se hincan, primero reciben una “reprimenda” y posteriormente “el perdón”. Previamente le llevan al padre de la novia una canasta con botellas de vino, otra canasta pletórica de exquisitas frutas de la temporada, y en otra, viandas con ricos alimentos que comparten entre todos. Al terminar el contenido de los vinos todos quedan contentos (Gobierno Del Estado De México, 2021).

La respuesta tiene que ver con la capacidad reproductiva de las mujeres; el sistema de alianzas exigía expandir los lazos de una familia y una forma de hacerlo era celebrando un matrimonio, donde el vástago fruto de dicha relación representaría la unión de dos linajes, heredero y parte de ambos, siendo las mujeres las elegidas por los supuestos vínculos más estrechos que desarrollan con los hijos, al estar históricamente encargadas de su cuidado. La historiadora Gerda Lerner se une a este análisis y agrega que “el intercambio de mujeres es la primera forma de comercio, mediante la cual se les convierte en una mercancía y se las cosifica, es decir, se las considera cosas antes que seres humanos. El intercambio de mujeres, según Lévi-Strauss, marca el inicio de la subordinación de las mujeres” (Lerner, 1990:15). Es importante hacer una genealogía y darle un sentido histórico a la cosificación de las mujeres, es decir, al tratarlas como objetos y no como seres humanos. En otra terminología: como medios y no como fines en sí mismas, y al tráfico que se ha hecho de ellas, porque eso nos permitirá ver que no siempre ha sido de las mismas maneras y además despliega los diferentes modos en los que se les ha cosificado e intercambiado. Para complejizar el análisis y dar cuenta de una economía política del sexo que no sea reduccionista, Rubin propone agregar las siguientes preguntas críticas:

Hay otras preguntas que hacer acerca de los sistemas de matrimonio que sí intercambian mujeres o no. ¿Se intercambia mujer por mujer, o hay un equivalente? ¿Ese equivalente es sólo para mujeres, o se puede convertir en otra cosa? Si puede convertirse en otra cosa ¿se convierte en poder político o en riqueza? Por otra parte: ¿el precio de novia se puede obtener sólo en intercambio conyugal o también de otro modo? ¿Es posible acumular mujeres acumulando riqueza? ¿Es posible acumular riqueza disponiendo de mujeres? ¿El sistema de matrimonio es parte de un sistema de estratificación? (Rubin, 1986:138)

Como ya se ha escrito las mujeres no siempre han sido cosificadas ni traficadas de la misma manera, tampoco han valido lo mismo, ni el tipo de cambio que se ha hecho es un acuerdo universal ni atemporal, agrega Rubin que “lo que necesitamos es una economía política de los sistemas sexuales, necesitamos estudiar cada sociedad para determinar con exactitud los mecanismos por los que se producen y se mantienen determinadas convenciones sexuales” (Rubin, 1986:113).

LA COSIFICACIÓN DE LAS MUJERES DESDE LA SEXUALIZACIÓN DE SUS CUERPOS

La reificación es un término usado por la teoría marxista, sobre todo por Georg Lukács, quien la define como “una relación entre personas recibe el carácter de una coseidad y, de este modo, “una objetividad fantasmal” (Lukács, 1968:170). Después fue empleado por la teoría crítica de Adorno y Horkheimer, quienes argumentaron que “toda reificación es un olvido” (Horkheimer & Adorno, 1998:272), el olvido estaría expresado en no reconocer como ser humano al otro, al acercarlo más al orden de las cosas que al de los fines en sí mismos. Conservando ciertas distancias y matices en ambas se refiere, de manera muy general, a lo siguiente: reducir al nivel de cosas a los seres humanos, dicho de otra manera: tratarlos como si fueran objetos. La premisa de la que parten es que sólo se puede tratar como un objeto a lo que no se considera que es igual o equivalente a uno.

En términos más estrictos la reificación es definida así: “la transformación de seres humanos en cosas que no se comportan en una forma humana sino de acuerdo con las leyes del mundo de las cosas” (Petrović, 1984:463). El concepto, con una tradición marxista, fue pensado para describir procesos del capitalismo, donde los seres humanos son despojados de su esencia, es decir de su trabajo, y son tratados como meras herramientas, como seres que son importantes en tanto que producen plusvalor y generan ganancias, reduciéndolos por tanto a su capacidad productiva y laboral, “la fuerza de trabajo sólo puede aparecer en el mercado, como una mercancía, siempre y cuando sea ofrecida y vendida como una mercancía por su propio poseedor, es decir, por la persona a quien le pertenece” (Marx, 2008:115). La cual, una vez que se pierde o deteriora deja de ser útil a su portador y se le considera a éste prescindible y reemplazable. Todo esto inserto en un marco de lucha de clases, donde los burgueses o la clase privilegiada explota y reifica sistemáticamente al proletariado. En la argumentación anterior se expone la reificación que hace el capitalismo con los seres humanos, porque los considera meras herramientas, medios para conseguir ciertos fines (en este caso producir riqueza), y los vuelve equivalentes a herramientas u objetos como máquinas.

El capital sólo surge allí donde el poseedor de medios de producción y de vida encuentra en el mercado al obrero libre como vendedor de su fuerza de trabajo, y esta condición histórica envuelve toda una historia universal. Por eso el capital marca, desde su aparición, una época en el proceso de la producción social (Marx, 2008:116).

Tanto el marxismo, como después la teoría crítica de Adorno, se preocuparon por la deshumanización que implican ciertos procesos socioculturales, donde los seres humanos dejan de serlo y no porque algo en su estatus ontológico cambie, sino por cómo son tratados y asumidos. “La teoría sobre la cultura de masas planteada por Adorno y Horkheimer indica que la forma de la mercancía llega a controlar a la cultura y que, por tanto, tiende a controlar también todas las funciones de los seres humanos” (López, 2008:15). Desde la propia óptica foucaultiana hay una preocupación similar, puesta precisamente en los modos de subjetivación de los seres humanos, porque son reducidos y tratados como objeto; en ciertos casos reducidos a su diferencia. La crítica foucaultiana arremete en contra de las ciencias humanas, porque en su afán por querer conocer al ser humano, lo han reducido a ser un objeto de estudio, simplificado su complejidad para poder obtener un conocimiento, ya sea el de la biología del cuerpo o el de la sociología de su comportamiento, por mencionar algunos ejemplos.

Las ciencias del hombre nacieron a partir del momento en que estuvieron preparados los procedimientos de vigilancia y de registro de los individuos. Pero eso no fue más que el punto de partida. Y a través de los entrecruzamientos que se produjeron inmediatamente, encuesta y examen se interfirieron, y por consiguiente ciencias de la naturaleza y ciencias del hombre han igualmente entrecruzado sus conceptos, sus métodos y sus resultados (Foucault, 1980:121).

Los seres humanos se subjetivan en tanto que objetos que estudio, que pueden ser medibles, registrados, conocidos, analizados, interpretados, diseccionados, abiertos, que se puede experimentar con ellos, encerrarlos, etc. No sólo las ciencias y el capitalismo pueden tratar como objetos a los seres humanos, también los propios seres humanos con sus modos de relacionarse lo hacen, estableciéndose una relación diametral de poder, entre aquel que conoce frente a quien debe ser conocido, en otros términos, entre quien puede cosificar y el que es cosificado.

La reificación o cosificación (ya sin la carga marxista del término) tiene una relación directa con el poder y su ejercicio, ya que como apunta Bourdieu, “los dominados aplican a las relaciones de dominación unas categorías construidas desde el punto de vista de los dominadores, haciéndolas aparecer de ese modo como naturales” (Bourdieu, 2000:28)

culminando en proceso de dominación sistemático, porque para poder dominar algo, implica que se tiene de antemano la capacidad de poder lograrlo. Lo notamos por ejemplo entre el burgués que ejerce poder económico frente al trabajador, o en el caso del médico que está autorizado para tratar como a un objeto a su paciente, al operarlo y abrirlo, haciéndolo desde una distancia entre el que sabe y el que no, el que puede y el que no. La masculinidad, en tanto que estructura de género, se asienta y demanda precisamente eso: que los hombres sean capaces de ejercer poder frente a ellos mismos, contra otros hombres y con las mujeres. Siendo especialmente de interés para esta investigación el último caso, porque una forma muy sutil en la que la masculinidad se reafirma es a través de ejercer poder contra las mujeres al cosificarlas. “La violencia contra las mujeres ha sido legitimada a través de la supuesta supremacía de lo masculino frente a lo femenino, que se ha expresado en la distribución inequitativa de los espacios, las dobles y triples jornadas de trabajo, la falta de oportunidades, el hostigamiento, etc.” (CNDH México, 2018). Ante la mirada masculina, el cuerpo de las mujeres está saturado de sexualidad. Los cuerpos de las mujeres son concebidos en tanto que objetos capaces de producir placer o cuidado.

El creciente proceso de sexualización de las mujeres hunde sus raíces en aquellas estructuras simbólicas que definen a las mujeres como naturaleza, biología y sexo y en aquellas estratificaciones sociales que subordinan, inferiorizan y devalúan a las mujeres. La definición de las mujeres como sexualidad implica una operación de largo alcance que desemboca colectivamente en procesos de inferioridad social y política e individualmente en procesos de desindividuación (Cobo, 2015:9).

Las mujeres, en ese sentido, han sido valoradas tradicionalmente por dos elementos: las formas estéticas y atrayentes de sus cuerpos, que incluye a la belleza, y la capacidad de ser madres. En ambas valoraciones hay una clara reducción, ¿qué sucede con las mujeres que no son atractivas ni pueden ser madres o procurar cuidados? No se les tiene consideración ni mucha estima; en términos económicos no hay un valor en ellas, es como si se trataran de mercancías dañadas o productos expirados. Los hombres, dentro de las muchas formas que tienen de ejercer poder frente a las mujeres, una vía muy específica que tienen de poder hacerlo es al cosificarlas, es decir: al reducirlas a objetos. En la parte que concierne al cuerpo, son reducidas a objetos que son consumibles, que producen deseo y a la vez generan placer sexual. En un plano estructural descubrimos que hay una serie de relaciones de poder asimétricas entre los hombres y las mujeres, por ejemplo: que las mujeres no tienen la capacidad de cosificar completo desde la sexualización el cuerpo de los hombres.

La cultura de la sexualización de las mujeres que ha tenido lugar en las últimas décadas en Occidente se hace legible a la luz de esa ontología de lo femenino que ha fabricado la cultura patriarcal y que oscila entre la reproducción y la prostitución, entre la maternidad y la seducción. En otros términos, la hipersexualización de lo femenino es la condición de posibilidad de que pueda desarrollarse una cultura de la pornografía y de la prostitución (Cobo, 2005:10).

Los ejemplos de este proceso los encontramos todo el tiempo en la publicidad o en la televisión, para vender algún producto se pone a una edecán o a una modelo a exhibirlo, generalmente usando alguna prenda deportiva, lencería o bikinis. Los cuerpos de las mujeres son tratados como parafernalias que adornan y ayudan a vender algo. La historia de la cosificación de las mujeres, desde la sexualización de sus cuerpos, es larga, pero hay varios ejemplos que nos indican cómo es que se ha ido dando. En los tiempos griegos clásicos lo encontramos y esto tiene que ver con el propio estatus jurídico y social que tenían las mujeres en esta civilización: al no ser consideradas ciudadanas, estaban relegadas al mismo nivel de los extranjeros y los esclavos, de esta manera no podían participar en la política ni en la toma de las decisiones.

En la ocasión en la que se llevó a cabo la votación para elegir el nombre de la polis que conocemos como Atenas, la participación de las mujeres favoreció a Atenea. Esto desató la furia de Poseidón, y la forma de apaciguarlo fue negando a las mujeres de Atenas llevar el nombre de atenienses, por tanto no tendrían calidad de ciudadanas. (Olvera, 1998:79).

En general se apelaba a una falacia, en la que se sostenía que las mujeres eran demasiado emotivas y que eso nublabla su juicio, se perfiló una dicotomía que oponía a lo racional y lo emotivo, siendo lo racional un ámbito masculino, mientras que lo emotivo era lo propio de lo femenino, prejuicio que aún sobrevive en nuestros tiempos. Puesto de esta manera, se les impedía participar porque sus decisiones, supuestamente, no se basaban en pensamientos que fueran templados, prudentes, virtuosos o justos, sino que estaban sesgados por su aparente sentimentalismo.

En el pensamiento de Aristóteles es donde son más evidentes las ideas de que hay una diferencia entre mujeres y hombres, que no es solo a un nivel no físico, el ateniense lo lleva al plano metafísico al argumentar que las mujeres son seres sin animus propio, que necesitan el de los hombres para poder completarse. “Igual que de seres mutilados unas veces naces individuos mutilados y otras no; de la misma forma, de una hembra unas veces nace una hembra y otras nace un macho. Y es que la hembra es como un macho mutilado”. (Aristóteles, 1994:26).

En otros momentos de su obra, Aristóteles problematiza la relación entre los hombres y las mujeres, diciendo que la amistad sólo puede darse entre seres iguales, es decir entre individuos del mismo nivel y estatus. De otra manera, si es una relación asimétrica, lo que hay no es amistad, sino idolatría, conveniencia, sometimiento, etc. De esas condiciones no podría surgir una verdadera amistad, dando cuenta Aristóteles de que un hombre no puede hacerse amigo de un animal, ni, aunque sea su mascota, porque su relación depende de un sometimiento, donde el perro obedece porque es retribuido con comida, cuidados o un hogar. Si al animal le faltara una de estas variables muy seguramente sería indiferente frente al hombre y no lo vería diferenciado de otros hombres, yéndose seguramente a buscar aquello que su naturaleza le demanda. “No hay amistad ni justicia para con los inanimados. Ni para con un caballo o un buey, ni con un esclavo en tanto que esclavo, pues no tienen nada en común: el esclavo es una herramienta dotada de vida, y la herramienta un esclavo sin vida” (Aristóteles, 2005:253).

Aquí se abre la peligrosa concepción de la relación entre hombres y mujeres, ya que Aristóteles establece que para que pueda darse una virtuosa amistad necesitan partir y estar en una condición de igualdad, cosa que ya hemos visto no sucede en la Grecia antigua: los hombres y las mujeres no tienen el mismo estatus de ciudadanos, por tanto, se parte de una relación que está desbalanceada. “Diferente es la clase de amistad que se basa en la superioridad, como, por ejemplo, del padre para con el hijo -y, en general, del mayor con el más joven-, así como del marido con la mujer y de todo el que gobierna con el gobernado” (Aristóteles, 2005:245).

¿Pueden establecer una relación de amistad los hombres y las mujeres? Aristóteles deja la advertencia de que en sí misma la amistad es una relación muy extraña, e no es común que se dé por su nivel de virtuosismo, siendo todavía más extraordinaria que pudiera darse de manera efectiva entre hombres y mujeres, pero tampoco clausura toda posibilidad. La gran dificultad que atraviesa el que exista una relación de amistad entre hombres y mujeres responde, en gran medida, a que la visión masculina concibe y reduce las relaciones que establece con las mujeres al orden del cuidado, de lo afectivo y lo sexual.

Entre marido y mujer parece que haya amistad por naturaleza, pues el hombre es por naturaleza más inclinado a emparejarse que político, por cuanto la casa es anterior y más necesaria que la ciudad; y la procreación es una tendencia más común entre los animales (Aristóteles, 2005:255).

Parece que el imperativo de la masculinidad es reducir a las mujeres en tanto que sus cuerpos, como si estos fueran los proveedores de su placer. En ese sentido este tipo de cosificación comienza desde la propia sexualización, donde las mujeres dejan de ser concebidas como fines en sí mismas y se convierten en medios para la obtención de algo, como la satisfacción sexual. Marilyn Frye, ya sin referirse a la Grecia clásica, hace un diagnóstico que bien podría ser aplicado a esta sociedad y también a la nuestra:

Decir que un hombre es heterosexual implica solamente que él tiene relaciones sexuales exclusivamente con el sexo opuesto, o sea, mujeres. Todo o casi todo de lo que es propio del amor, la mayoría de los hombres hetero lo reservan exclusivamente para otros hombres. Las personas que ellos admiran respetan; adoran y veneran; honran, quienes ellos imitan, idolatran y con quienes cultivan vínculos más profundos; a quienes están dispuestos a enseñar y con quienes están dispuestos a aprender; aquellos cuyo respeto, admiración, reconocimiento, honra, reverencia y amor ellos desean: estos son, en su enorme mayoría, otros hombres. En sus relaciones con mujeres, lo que es visto como respeto es cortesía, generosidad o paternalismo; lo que es visto como honra es colocar a la mujer como en una campana de cristal. De las mujeres ellos quieren devoción, servidumbre y sexo. La cultura heterosexual masculina es homoafectiva; ella cultiva el amor por los hombres. (Frye, 1983:134-135).

Un primer paso para la cosificación es la reducción, esto implica subordinar la complejidad de los seres humanos en una sola de sus cualidades o características, mostrando esa y ocultando las demás; porque precisamente eso es una cosa, un objeto que no es un infinito abierto, sino un objeto en sí mismo cerrado y descriptible. Aquí se puede apreciar una de las reducciones que se hace de las mujeres para su eventual cosificación: se les relega a una mera capacidad reproductiva, en tanto que cuerpos capaces de quedar embarazados y que después procurarán cuidados. Vistas de esta manera, a las mujeres se les reduce a medios para lograr ciertos fines, en este caso tener hijos y después cuidarlos.

Las mujeres, por tanto, fueron heterodesignadas como seres sexuales en el sentido de seres dotados para la procreación. Sin embargo, la asignación social de la reproducción como tarea femenina se ha expresado en un contexto simbólico binario en el que las mujeres fueron definidas como naturaleza y los varones como cultura; las mujeres como inmanencia y los varones como trascendencia; las mujeres como sexualidad y sentimiento y los varones como razón. (Cobo, 2005:9).

Hay varios ejemplos de otras reducciones que a la postre se convierten en cosificaciones; basta con revisar la historia de las guerras, donde las mujeres han sido tratadas de maneras muy frecuentes como objetos y mercancías que sirven como medios.

Las mujeres siempre fueron tratadas como “botín de guerra, el premio de la victoria, el objeto sexual de los soldados”, sin embargo, la forma extrema de generalización que presenta la violencia contra las mujeres como un fenómeno siempre idéntico, una constante antropológica, minimiza la extensión en que esto ha variado históricamente tanto en escala como intensidad (Segato, 2016:63).

Si el poder no es un objeto que se pueda poseer, lo que se hace es ejercerlo, de esta manera el poder se refiere más a un ejercicio que a una cosa. El mandato de la masculinidad sobre los hombres es que estén en condiciones de poder ejercerlo y que lo hagan: ya sea contra ellos mismos, contra otros hombres y/o contra las mujeres. Una manera de ejercer poder desde la masculinidad y sus imperativos se encuentra en la cosificación, al tratar como objetos a otros seres humanos. En la relación que los hombres establecen con las mujeres dicha cosificación se expresa a través de una reducción de orden sexualizador, donde las mujeres son reducidas a sus cuerpos y éstos a su vez son entendidos como espacios repletos de sexualidad, que sirven para generar deseo y placer. Por tanto, los cuerpos de las mujeres ante la mirada masculina se convierten en artículos que pueden ser consumidos, apropiados, obtenibles y finalmente desechados y reemplazables.

El cuerpo del varón está construido para el poder y el cuerpo de las mujeres está construido para el no-poder. Las mujeres reciben el mandato de que sus cuerpos deben crearse en función de la mirada masculina y, precisamente por ello, la sexualidad debe ocupar un lugar central en las representaciones de lo femenino. (Cobo, 2005:14).

Se establece una relación ambigua y compleja entre el placer erótico y la dominación, entendiendo por este último concepto la forma más elaborada, en tanto que sistemática, de las relaciones de poder. En el ejemplo de las violaciones de mujeres en tiempos de guerra se aprecia: si bien dicha práctica puede traer un placer sexual al que la ejecuta, su función no es como tal esa, se trata más de la dominación del cuerpo de las mujeres, como una metáfora del cuerpo de un estado a través de su población, por tanto, uno de los fines últimos es el humillar y dominar a la nación invadida, a través de sus mujeres. Aquí podemos apreciar otra dimensión de la cosificación de las mujeres: simbólicamente las mujeres y sus cuerpos son concebidos ya como objetos que tienen dueño; es decir: denigrar a una mujer es la forma de humillar al que se cree que es su dueño, bien puede ser un esposo, su familia o su país, pero las mujeres son vistas ya como posesiones, por tanto, violentarlas, es ofender a aquel al que le pertenecen.

La emasculación y humillación que retiran el asertividad de los vencidos por no poder proteger a “sus” mujeres, lo que torna evidente que se trata de un ataque dirigido al enemigo “por medio de la violencia infligida en el cuerpo de la mujer” y ya no, como antes, “golpeando los órganos de poder del estado. (Segato, 2016:63).

Si la masculinidad se asienta en el ejercicio del poder, lograr ejecutarlo genera placer, porque un hombre que logra ejercerlo termina por sentirse verdaderamente masculino y por tanto poderoso; ya que es la demostración y confirmación que se requiere para que el mandato que ha sido depositado en él se cumpla efectivamente. Lo que parece ser de un orden estrictamente sexual, su sentido y satisfacción está relacionado con la dominación, el placer de poder controlar al otro, en ser capaz de reducirlo y tratarlo como a un objeto. “En esta cultura patriarcal, la sexualidad erótica que está centrada en su propio placer, es una expresión más del poder del varón, en el cual la mujer es el objeto del deseo sexual y la proveedora de ese placer” (Hardy & Jiménez, 2001).

Dicha cosificación no sólo se da a un nivel de seres humanos y esa es precisamente la crítica que le hacen Adorno y Horkheimer a la modernidad, dando cuenta de que se mueve bajo una razón instrumental, donde la lógica ha sido emplear a la naturaleza como fuente de recursos y no en asumirla como un fin en sí misma. “La enfermedad de la razón radica en su propio origen, en el afán del hombre de dominar la naturaleza”. (Horkheimer, 1973:184). Esta racionalidad se nota en los escritos de John Locke, donde se argumenta que la naturaleza y los seres vivos que la habitan han sido puestos por Dios para que sean aprovechados por los seres humanos, encontrando en el mandato divino la autoridad que legitima a los humanos el poder explotarlos, siendo hasta necesario hacerlo, porque según el filósofo inglés una tierra en la que no se ve la mano del hombre, es espacio que está siendo desperdiciado, ya que no produce lo que debería producir. Estos pensamientos encuentran su sustrato en lo religioso, donde el trabajo dignifica al hombre y lo hace agradable ante Dios. “Toda porción de tierra que un hombre labre, plante, mejore, cultive y haga que produzca frutos para su uso, será propiedad suya. Es como si, como resultado de su trabajo, este hombre pusiera cercas a esa tierra, apartándola de los terrenos comunales” (Locke, 2006:11).

Dicho orden religioso proviene de una escala ontológica, donde Dios es el creador y el principio de todo, pero es un dios que ha sido humanizado y caracterizado hasta de manera masculina y al ser los hombres su creación favorita, en tanto que están hechos a imagen y semejanza, en su relación con la divinidad se encuentran más cercanos, en detrimento de

otras criaturas y aún de las propias mujeres, que en la mitología cristiana nacieron a partir de la costilla de Adán. “Y de la costilla que Jehová Dios tomó del hombre, hizo una mujer, y la trajo al hombre” (Génesis, 2:22). Esta escala ontológica sirve para ordenar el mundo, no es por tanto una historia neutra, tiene el propósito de controlar todo lo que hay en él. El argumento es sencillo: si los hombres están más cercanos a Dios, los otros seres han sido dados a ellos como regalos. Por eso la racionalidad occidental clasifica a los animales, plantas y demás seres vivos, incluyendo a la propia naturaleza, al orden de los objetos, en lugar del orden de los fines y de lo humano. La razón instrumental se expresa de la siguiente manera: todo sirve para algo. A cualquier criatura se le da un tratamiento de herramienta y una vez que ya no son explotables, se vuelven prescindibles. Los seres humanos, por tanto, terminan por cosificar a los otros, no sólo a otros hombres y las mujeres, también a los animales y a los demás seres vivos, en general a todo lo que concibe como naturaleza. “El dominio universal sobre la naturaleza se vuelve contra el mismo sujeto pensante, del cual no queda más que aquel -yo pienso- eternamente igual, que debe poder acompañar todas mis representaciones. Sujeto y objeto quedan, ambos, anulados”. (Adorno & Horkheimer, 1998:80).

Desde el antropocentrismo los seres humanos se ubican en el centro, pensando que todo lo que existe está con fines de ser apropiado y utilizado por ellos. Dicha racionalidad tiene una historia larga y compleja, pero en general podemos ubicar su desarrollo en el propio pensamiento occidental, donde ha existido una manifiesta voluntad de dominio. El proyecto de la modernidad se resume de la siguiente manera: una diferenciación y jerarquía entre los hombres y la naturaleza. Se niega que los humanos sean parte de ella y se apela al orden donde los hombres están más emparentados con Dios que con lo natural. Por eso la encomienda moderna está en lograr posicionarse por encima de lo natural, para dominarlo. En la dicotomía que se establece entre lo natural y lo social-cultural-humano, la diferencia se centra sobre todo en la racionalidad, siendo esta propia de lo segundo, mientras que lo primero será lo oscuro, lo salvaje, lo indómito, lo caótico, lo corrompible, lo desordenado, lo peligroso; siendo supuestamente el trabajo de los hombres luchar contra todo eso, para volverlo luminoso, civilizado, controlable, predecible, ordenado, administrable, sociabilizado y seguro. Bajo esta lógica se conquistaron territorios y pueblos, se devastan actualmente hectáreas enteras de selvas y bosques, bajo la bandera que enarbola los símbolos

del progreso, bajo la tecnología como medio para su dominio, “el temor a la naturaleza incontrolada y amenazadora, consecuencia de su misma materialización y objetivización, fue degradado a superstición animista, y el dominio de la naturaleza, interior y externa, fue convertido en fin absoluto de la vida” (Adorno & Horkheimer, 1998:85).

Si bien esta es la lógica abstracta de la razón instrumental, habrá que recordar que al final todos los fenómenos sociales se materializan y encarnan en las propias acciones de los sujetos históricos y sociales concretos. El perfil de los sujetos que materializan a la razón instrumental desde sus acciones es el siguiente: hombres, blancos, heterosexuales, occidentales. Siendo de esta manera la modernidad, desde su razón instrumental, un proyecto prominentemente masculino. Aquí podremos vislumbrar que es un proceso con bastantes resonancias en otros fenómenos, por ejemplo, en la propia dominación de las mujeres. Si somos cuidadosos en nuestro análisis podremos ver que a las mujeres también se les ha emparentado simbólicamente con la naturaleza, sobre todo desde su capacidad reproductiva. Esto podemos notarlo en cómo ha sido representada la propia tierra por las diferentes primeras culturas: como una madre, que es femenina. En contradicción del dios occidental, que es eminentemente masculino. Hay bastantes relaciones que han sido puestas entre la naturaleza y las mujeres: como que son ambas capaces de dar vida. Y en ese sentido se concibe al cuerpo femenino de manera precisa como se caracterizó con anterioridad a la naturaleza, como un espacio que es: oscuro, salvaje, indómito, caótico, corrompible, desordenado, peligroso, etc. Que por tanto también debe ser ordenado, administrado y controlado por los hombres.

En esta clasificación dualista jerarquizante, los valores femeninos y la naturaleza ocupan posiciones subordinadas en relación con lo masculino y lo humano. Los cuerpos, lo particular, lo privado, las emociones, la maternidad y el mundo no humano se desvalorizan frente a la mente, lo universal, lo público, lo racional, y lo humano. Y esta devaluación continúa operando como una desventaja para las mujeres, la naturaleza y la vida en general. (Herrero, 2008).

Se abre una suerte de metáfora entre el dominio de la naturaleza y el control del cuerpo de las mujeres. En resultados prácticos podemos ver como ambos territorios terminan por ser gobernados por lo masculino: reduciéndolos a medios para conseguir fines, cosificados, explotados, conquistados, apropiados, saqueados, violados, penetrados, administrados, intercambiados como artículos o mercancías, consumidos y finalmente desechados. “Con una creencia antropocéntrica y androcéntrica de superioridad biológica, los seres humanos

(algunos más que otros) se han apropiado, han dominado y han sometido violentamente a los seres vivos (incluso a los propios humanos), así como a los procesos, productos y servicios que forman la naturaleza o son generados por ella” (Herrero, 2008).

En lugares como Latinoamérica a los hombres, desde que son niños se les enseña y fomenta la idea de que deben de tener muchas parejas, (en los primeros años de vida en la forma de novias), siendo el menester conquistar románticamente a múltiples mujeres, para poder presumirlas como trofeos, porque precisamente para la masculinidad eso significan, terminan por ser una forma de expresar la virilidad, en tanto que se demuestra la capacidad de estar con múltiples parejas. Mosher y Tomkins definen de la siguiente manera al machismo: “una visión del mundo que exalta de manera fanática el dominio masculino al suponer que la masculinidad, la virilidad y la fuerza física son la esencia ideal de los hombres reales quienes son guerreros adversarios que compiten por recursos escasos (incluidas las mujeres como bienes muebles) en un mundo peligroso.” (Mosher & Tomkins, 1988:66). Reducir a una mujer a una victoria es una forma de cosificación, porque lo importante en esta operación no es la mujer en sí misma, es en todo caso lo que representa: una conquista romántica, que pronto puede convertirse en acumulable. El mandato masculino exige hacer dicha reducción de las mujeres, sobre todo porque hace surgir en los hombres una serie de prejuicios e ideas de que las mujeres son conquistables, consumibles, acumulables, intercambiables y desechables.

Evidencias en una perspectiva transcultural indican que la masculinidad es un estatus condicionado a su obtención – que debe ser reconfirmada con una cierta regularidad a lo largo de la vida- mediante un proceso de aprobación o conquista y, sobre todo, supeditado a la exacción de tributos de otro que, por su posición naturalizada en este orden de estatus, es percibido como el proveedor del repertorio de gestos que alimentan la virilidad (Segato, 2016:40).

La cosificación expresada en el ejemplo anterior después se traslada a un mandato de la masculinidad, que los hombres terminan por interiorizar y aceptar: una forma para poder ser masculinos está en el consumo (y por tanto cosificación) de las mujeres y sus cuerpos. De esta manera y bajo esta lógica los hombres aprenden a relacionarse con las mujeres, desde muy temprana edad, no viéndolas como compañeras o amigas, sino todo lo contrario, las asumen como posibles blancos, presas de conquista y recompensas. La diferenciación que se construye entre hombres y mujeres facilita la operación de la cosificación, en términos de

que para los hombres las mujeres no son sus iguales, las asumen como seres diferentes, que son difíciles de entender y descifrar, con características y cuerpos que no son los de ellos.

La cosificación hace referencia al proceso de construcción social por el cual todas las mujeres, constituyen un todo homogéneo y no heterogéneo (...) se objetiviza a las mujeres y sus cuerpos como si fueran cosas, se les desprovee de agencia, negando su diferenciación y rol de sujetos y actores políticos. (Arnau, 2018).

Todavía en el lenguaje coloquial de muchos países hispanoparlantes, se conservan expresiones como “salir de cacería” (Fundéu, 2008), lo que significa para los hombres ir en búsqueda de mujeres, sobre todo con fines sexuales o eróticos (y aún en los fines más románticos, la expresión sigue siendo la misma, porque la distinción se conserva: las mujeres son la otredad, son los otros). Autores como Bourdieu, se preguntaban: si las estructuras son las mismas que configuran a los sujetos, ¿por qué no son todos iguales? Y aunque se suele decir que “todos los hombres son iguales”, esto evidentemente no es cierto: no hay dos individuos idénticos.

La incorporación de las jerarquías sociales por medio de los esquemas del habitus, inclinan a los agentes, incluso a los más aventajados, a percibir el mundo como evidente y aceptarlo como natural, más que a rebelarse contra él, a oponerle mundos diferentes, y aun, antagonistas: el sentido de la posición como sentido de lo que uno puede, o no, “permitirse” implica una aceptación tácita de la propia posición, un sentido de los límites o, lo que viene a ser lo mismo, un sentido de las distancias que se deben marcar o mantener, respetar o hacer respetar (Bourdieu, 1990:289).

El dilema se resuelve de la siguiente manera: si bien la estructura termina por configurar a los sujetos, en este caso la masculinidad a los hombres, no es interiorizada de la misma manera, cada sujeto lo hace de manera diferente, según sus propios capitales que posea, ya sean sociales, económicos y simbólicos, además de sus condiciones biológicas y experiencias sociales. Por tanto, no hay dos hombres iguales, ni todos son exactamente lo mismo, cada hombre interioriza la masculinidad lo mejor que puede y procura cumplir con la suficiencia que tenga los mandatos masculinos que le son impuestos.

De esta manera encontramos que no todos los hombres deban de ser necesariamente infieles o no todos busquen tener múltiples parejas al mismo tiempo, “no todos los hombres viven la masculinidad en el mismo y con el mismo sentido” (De Martino, 2013:290). Si bien, cada hombre expresa y personaliza la masculinidad a su manera, eso tampoco basta para sostener que no hay una cosificación expresa de lo masculino hacia las mujeres y sus cuerpos. Hay industrias antiquísimas asentadas en dicho ejercicio del poder, siendo el más evidente de ellos: la prostitución. La prostitución es una forma de cosificación porque los hombres

reducen a las mujeres que ejercen esta práctica a concebirlas como objetos, unos que enteramente producen y proveen placer. Las mujeres, por tanto, entran a un mercado donde la mercancía es su propio cuerpo y adquieren un valor, ya que se les asigna un precio a sus servicios y se establece una tarifa.

La trata y la explotación de la prostitución forzada es una forma de desposesión del cuerpo de las mujeres que arroja valor, es decir, capitaliza con bajísimos niveles de inversión, al punto que puede decirse que se trata de un tipo de renta derivada de la explotación de un territorio-cuerpo que ha sido apropiado (Segato, 2016:185).

Muchos estudiosos encuentran en la palabra latina “prostituire” el origen lingüístico del actual concepto de la prostitución, que podría ser traducido como “exhibir para la venta” (Etymological Dictionary, 2016). La prostitución se asienta desde una cosificación, en la que las mujeres y sus cuerpos son tratados como mercancías y artículos que ofrecen una experiencia sexual. En este punto algunos podrían alegar que también hay hombres que ejercen la prostitución, lo cual es cierto, pero si comparamos las cifras de los hombres que están inmersos en esta actividad son significativamente menores a las de las mujeres, también podemos apelar a la propia historia de la actividad, donde las mujeres han sido tradicionalmente las que han tendido que ejercerlas, mientras que los hombres son los que han pagado por estos servicios sexuales, estableciéndose una relación de cliente y quien presta un servicio.

En la época actual, la prostitución es vista por algunos como “alternativa económica”, en donde confluyen nuevos agentes, hombres y mujeres de clase media y alta, personas del grupo de lesbianas, gays, transexuales, bisexuales e intersexuales (LGBTI), aunque persiste la visión de sometimiento y explotación. En cualquiera de ellas, la participación de la mujer en la prostitución ha sido coercitiva y voluntaria en cualquiera de las etapas. (Brito, Jiménez, Sinche & Angulo, 2021).

Otro hecho significativo sobre la prostitución y su clara relación con lo femenino lo encontramos en nuestro propio lenguaje, ya que la persona que lo ejerce es llamada prostituta, pero en el léxico corriente y de dominio público una de las designaciones más empleadas es utilizar la palabra “puta”. “En nuestra sociedad, cualquier tipo de contestación social por parte de las mujeres es atribuida a excesos de su sexualidad, y por ello el insulto que suele utilizarse para cualquier tipo de descontrol es el de “puta” para las mujeres y el de “hijo de puta” para los hombres” (Villa Camarma, 2010). En la cultura mexicana “puta” es una forma coloquial de nombrar a las prostitutas, pero “puto” no vendría a ser su contrario masculino. En México “puto” tiene otros significados, en general se usa para designar a una persona que

tiene miedo o que se acobarda y también es empleado para designar de manera despectiva que un hombre es homosexual, siendo sinónimo de marica.

La palabra “puto” se usa peyorativamente para hacer alusión a un hombre que se relaciona erótica-afectivamente con personas de mismo sexo y también se utiliza para señalar lo femenino en un hombre de manera punitiva. Es una manera de degradar la homosexualidad y lo femenino por debajo de la heterosexualidad obligatoria y la masculinidad hegemónica (Maldonado-Ramírez, 2015:170).

Pero casi en ninguna de sus acepciones, ni en las que refieren a la homosexualidad ni a la cobardía, “puto” significa el contrario de “puta”. “Puta” en general se refiere a una persona (mujer) que tiene múltiples parejas sexuales, como término peyorativo, que puede indicar que es una mujer infiel o que se dedica a la prostitución. El lenguaje casi nunca es neutro y desde los términos vemos como no hay una palabra coloquial para nombrar a un hombre que se dedique a la prostitución, aunque efectivamente sí los haya, siendo lo más cercano quizá el galicismo “*gigolo*”.

La construcción en el imaginario social de la mujer prostituta difiere significativamente de la construcción simbólica del hombre “prostituto” o “gigolo”. Mientras que la mujer prostituta sufre un alto estigma en el ejercicio de su actividad laboral su “cliente” queda obviado (incluso “olvidado”) a nivel simbólico dentro de la comunidad y sus medios de control (policiales) y de presión social (al hombre se le atribuyen necesidades sexuales que la mujer no tiene o no debe tener). En el caso de la prostitución masculina heterosexual, es la “clienta” la que está “mal vista” a los ojos de la sociedad ya que “pagar” una sexualidad tradicionalmente es “cosa de hombres” e implica el reconocimiento de una sexualidad negada que altera el “orden” patriarcal (Villa Camarma, 2010).

Es muy rara la vez, por más correcta que sea, la utilización de la palabra prostituto, misma que precisamente vendría a ser el equivalente de puta o de prostituta, lo que nos refiere a que, por los menos, simbólicamente, la prostitución es asociada y entendida como una práctica donde intervienen mujeres. En el lenguaje coloquial no hay una palabra peyorativa que refiera a los hombres en tanto que infieles, como sí ocurre con la palabra “puta”. Lo que nos demuestra que los ejercicios sociales se reflejan en el lenguaje: la infidelidad es reprochable, castigable y digna del desprecio en las mujeres, mientras que en los hombres no; muchas de las veces será aplaudida, porque, como ya sosteníamos en otro punto, la masculinidad reposa en la virilidad y su expresión, como forma de ejercer y mostrar poder: un hombre que puede tener muchas parejas al mismo tiempo será entendido como alguien poderoso.

En países como la Argentina (DIEA, 2008: s.v. puto; DCECH, 1980-1991: s.v. puto) o México (Lara, 2010: s.v. puto) a otras como “hombre aficionado a tener relaciones sexuales con mujeres” -en Centroamérica, las Antillas, Ecuador, Perú, Bolivia y Chile- u “hombre que frecuentemente mantiene relaciones con prostitutas. (Ramírez Luengo, 2014:5).

Generalmente los estudios y acercamientos que se hacen a la prostitución son partiendo desde quienes la ejercen, centrándose, como hemos dicho, en las mujeres, pero casi siempre se desdeña una parte igual de importante: los propios consumidores y clientes, porque para que exista esta actividad se necesitan de dos partes: en términos económicos la oferta está en función no sólo de la ganancia, para que un producto o servicio exista, deben existir también quienes hacen uso de él. “De acuerdo a cifras de la ONU, la trata con fines de explotación sexual produce anualmente un lucro de 27,2 millardos de dólares” (Segato, 2016: 185).

Posiciones como la Sociología analítica desarrollada por Boudon y Elster proponen que un hecho social debe ser explicado por otro hecho social, sobre todo con fines de reducir las explicaciones por caja negra, es decir que terminan por ser autorreferenciales, circulares y paradójicamente poco explicativos⁹. Por tanto, podríamos desarrollarlo así: ¿por qué hay mujeres que se dedican a la prostitución? La respuesta vendrá desde otro hecho social, en tanto que empíricamente comprobable y registrable: hay hombres dispuestos a pagar por dicha actividad. De esta manera vemos que la prostitución es una actividad que las mujeres pueden llegar a considerar desempeñar, porque económicamente tiene un valor, es decir genera dinero. Si fuera algo que no se pagara seguramente las mujeres no optarían por ella; con esto no queremos decir que la prostitución responda estrictamente a una decisión voluntaria, sino que para las mujeres el tener que ofrecer sus cuerpos en prácticas sexuales se vuelve una forma real de subsistencia. Esta industria de explotación sexual hacia muchas mujeres se asienta en el consumo que hacen los hombres de ellas. Más allá del dinero, parece evidente que, si los hombres no estuvieran interesados en la prostitución, ésta se acabaría, pero se sostiene y perdura por la propia acción social de los hombres. “La compra del cuerpo de las mujeres presenta enormes similitudes con nuestro compartimiento de consumo [...]

⁹ “Una ley general que sostenga que ciertos síntomas de una enfermedad son ineluctablemente seguidos por la muerte no explica por qué ha muerto la persona. Una ley general basada en la naturaleza fundamental de la enfermedad no explica la muerte, si un suicidio o un accidente automovilístico se han anticipado a aquella. [...] En vez de tratar de explicar un suceso E mediante el enunciado <cada vez que ocurren los sucesos C1, C2, ..., Cn, se sigue un suceso tipo E>, quizá podamos procurar establecer una cadena causal que lleva de las causas C1, C2, ..., Cn a E. Con frecuencia se alude a este paso como la <apertura de la caja negra>” (Elster, 2010:48).

La prostituta vende lo que el cliente le compra: un instrumento (su cuerpo) que pueda adaptarse mecánicamente a los deseos o apetencias sexuales del cliente” (Carralero, 2002). Pero aún no hemos dado cuenta de por qué los hombres se interesan en ser consumidores y clientes de la prostitución. Quizá para entender dicho fenómeno habrá que recurrir a los propios hombres que están inmersos en él, para tratar de comprender y encontrar las intenciones de sus acciones. En tradiciones culturales, como la nuestra, hay rituales muy específicos para marcar el final de la niñez de una niña y su entrada a la adultez, que no es más que un eufemismo que indica su disponibilidad sexual. De esta naturaleza son las fiestas de quince años, con una serie de prácticas y símbolos bien definidos, donde las niñas son presentadas en sociedad, se les entrega su último juguete, bailan con sus familiares varones y hay una fiesta, siendo esto todo un evento social, del que participan los conocidos y la familia de la mujer.

El anuncio de estar sexualmente disponibles significa que las mujeres están aptas para ser tomadas por otros hombres (que no serán miembros de la familia), como esposas y después como madres. “El paso de 14 a 15 años tiene especial significación entre amplios núcleos de la población y es incluso motivo de celebración entre las familias de las jóvenes quinceañeras, como un ritual de entrada al mercado matrimonial y de aptitud para tener relaciones sexuales y estar en capacidad de procrear” (Welti, 2005:148). Parece que no hay un ritual equivalente al de las fiestas de los quince años en los hombres. La fecha de este cumpleaños pasa sin mayor importancia para los hombres, se vuelve un cumpleaños más entre muchos otros, siendo quizá más significativo el cumplir los dieciocho años, ya que el estado al fin lo reconoce como a un ciudadano, en tanto que ha alcanzado la mayoría de edad y le confiere ciertos derechos y obligaciones, como poder votar y realizar su servicio militar. Pero como tal, los hombres no tienen marcado un evento o una práctica que marque el final de su niñez y el inicio de madurez, quizá por la falta de este eufemismo de la disponibilidad sexual. Cuando se les pregunta a los hombres en qué consiste volverse adulto, muchos refieren precisamente a las actividades sexuales, al poder sostenerlas, algo a lo que se accede cuando uno se vuelve mayor, que está impedido para los niños. Todavía existe una práctica tabú que es significativa en este aspecto, a la que muchos se refieren como “hacerse hombrecito”. Donde uno, o más, hombres mayores, llevan a un hombre joven a un prostíbulo por primera

vez, para que tenga su primer contacto sexual con una prostituta. Así lo confirma el siguiente estudio realizado por Necchi y Schufer en Argentina, en el 2001.

Población. Adolescentes, varones entre 15 y 19, escolarizados de la Ciudad de Buenos Aires. Muestra. Se estudiaron 420 varones de una muestra aleatoria representativa de escuelas. Métodos. Cuestionario autoadministrado. Análisis univariados, bivariados y multivariados de datos. Resultados. Un 55,5% de los varones estaban iniciados sexualmente. Su edad promedio de inicio fue de 14, 9 años (desviación estándar = 1,5 años). Se iniciaron con prostitutas (41,6%), con sus novias (26,6%), con amigas (20,2%) o con parejas ocasionales (10,7%) (Necchi & Schufer, 2001).

Mientras que las mujeres pierden su virginidad en las relaciones sexuales, los hombres cuando lo hacen acceden al disfrute y a la práctica de su propia sexualidad. Para los hombres el estar con una mujer, en una relación sexual, los ayuda a constituirse como hombres adultos. Los hombres se hacen hombres en tanto que son capaces no sólo de estar sexualmente con una mujer, también cuando pueden cosificarlas y reducirlas sexualmente como medios para su placer, que, si bien consiste en cierto disfrute de los placeres sexuales, está puesto mayormente en la capacidad de ejercer poder al tener muchos encuentros con diferentes mujeres.

La utilización del cuerpo y la sexualidad marcan una frontera simbólica que divide a hombres y mujeres: mientras que a unos los “engrandece” (aumenta su poder y estatus dentro del grupo) a otras las “empequeñece” (disminuye su poder y estatus dentro del cuerpo social). Ellos quedan “limpios” “ensuciando” a ellas. (Villa Camarma, 2010).

En algunos lugares dichas visitas a los burdeles y prostíbulos se siguen manteniendo, nombrándolas como “irse de putas” y lo que significa es que los hombres visitarán dichos lugares en la búsqueda de un servicio y de alguien que se los pueda ofrecer. Siendo el culmen de la cosificación: ya que la prostituta deja de ser vista como un ser humano y se le reduce a ser un objeto de placer y de disfrute; un artículo o servicio, por el que se puede pagar, entonces “el cuerpo femenino es, por consenso general, un objeto en venta en el mercado, como cualquier otro objeto” (Villa Camarma, 2010).

EL CONSUMO DE LOS CUERPOS DE LAS MUJERES A TRAVÉS DE SUS IMÁGENES Y REPRESENTACIONES

Si bien en la prostitución podemos ubicar la forma más acabada de la cosificación de las mujeres, al ser reducidos sus cuerpos a objetos que brindan placer, eso no significa que sea la única manera de cosificar a las mujeres desde la sexualización. Hay otras formas en las que los cuerpos de las mujeres se vuelven artículos consumibles; estas vías se ven más sutiles e inofensivas, pero sus propósitos pueden ser los mismos: tratarlas como medios, en lugar de como fines. A esta naturaleza pertenece la pornografía, industria millonaria asentada en la cosificación de las mujeres y a su reducción desde la sexualización; pero esta vez no es un negocio directo, en el sentido de que los hombres no pagan por tener sexo, en muchos de los casos, si es que hay pago, es en función de ver a las mujeres, desnudándose o manteniendo todo tipo de actividades sexuales. Si bien es difícil sostener que todos los hombres van a los burdeles y que han tenido contacto con mujeres que se dedican a la prostitución, si es más sencillo decir que muchos hombres (y mujeres), en algún punto de su vida han estado en contacto con material pornográfico, ya sea en la forma de fotografías o videos. Estudios como el realizado por Merlyn, Jayo, Ortiz y Moreta- Herrera atienden la cuestión del consumo de pornografía en estudiantes universitarios en Ecuador, arrojando los siguientes resultados:

La población de 18 a 25 años. [...] 590 jóvenes llenaron una encuesta en línea (56.4% mujeres; 43.6% hombres). Los resultados de la encuesta muestran que el 78% de los jóvenes ha estado expuesto a pornografía por lo menos una vez en su vida, que por lo general fue en la adolescencia temprana, y que existe un consumo actual en 44.58% de la muestra. (Merlyn, Jayo, Ortiz & Moreta-Herrera, 2020).

Y lo anterior ni siquiera tiene que responder a una decisión consciente del espectador, la pornografía en nuestros tiempos está en todos lados, lo que nos lleva a encontrarla sin tener que buscarla: quizá de forma accidental navegando por internet, o a la hora de que un anuncio en forma de spam se nos aparece y nos muestra a una mujer desnuda, o caminando por la calle encontrando un puesto de periódicos con revistas de este corte. Las preguntas en este punto son: ¿por qué hay tanta pornografía? ¿Y por qué es tan popular? Habrán múltiples respuestas para estos cuestionamientos, pero una vía a explorar es pensar a la pornografía en tanto que una tecnología del género. Muchos hombres, al estar en contacto con la pornografía, intuyen ciertas expectativas y nociones, entre ellas que: las mujeres son sexualizables, que sus cuerpos están repletos de sexualidad. Generando deseo en los hombres por el consumo de sus cuerpos, aunque no sea uno directo. La experiencia del consumidor de la pornografía

se da en la seguridad de su casa o de su cuarto, frente a su computadora o a una revista, hay sentido de seguridad para su público, ya que no se exponen a acudir a lugares peligrosos ni de mala reputación, además de que están protegidos de contraer enfermedades venéreas y de otros miles de riesgos más, que sí implica la prostitución.

La pornografía juega con la fantasía de aquel que la consume, lo pone en experiencias que difícilmente viviría en carne propia, como ver tríos o encuentros con mujeres sumamente bellas. Es una especie de performance, donde aquel que lo ve, puede explorar seguramente sus deseos más secretos e irrealizables. Para comprobar lo anterior basta con revisar las categorías en las cuales se ordenan los videos de las páginas pornográficas en internet: *interracial, teen, bondage, milf, teacher, casero*, etc.

El deseo sexual masculino es el que siempre queda satisfecho, toda la filmación comienza y finaliza con la erección masculina y, finalmente, las prácticas sexuales representadas giran en torno a los deseos y fantasías sexuales masculinas. El varón se reivindica como el consumidor habitual por lo que la finalidad pornográfica irá totalmente dirigida a él (Burillo, 2019:23).

La pornografía, además, puede cumplir con una función pedagogizante, no sólo en cuanto a lo sexual se refiere, sino también en cuanto al nivel del género se trata: los hombres pueden encontrar en ella la confirmación del poder que deben de ejercer contra las mujeres, al aprender a reducirlas a su genitalidad. “Entendemos por mirada pornográfica esa serie de ideas y actitudes que el porno nos normaliza o enseña, como la extensa idea de que la dominación sobre la mujer es algo placentero y positivo en el deseo femenino”. (Ídem) Prueba de lo anterior son los videos pornográficos contemporáneos, en los que podemos notar las variaciones que han ido teniendo con respecto a los de otras generaciones. Por ejemplo, con los de los setenta, en los que su estética incluía una narrativa, donde había una historia y las tomas eran cuidadas, ya fue por la moral de la época o por criterios estéticos, pero en la mayoría de ellos sólo se mostraban los senos de las mujeres, no había close ups a la penetración y no aparecían los penes ni las vaginas de los participantes, a lo mucho el vello púbico femenino.

En una época en que la exhibición de los genitales no estaba autorizada en el cine occidental, el espectador sólo podía acceder, en el mejor de los casos, a la visión genital vicaria por medio de un actor representado en la pantalla. Eso hizo Ingmar Bergman, por ejemplo, en un plano memorable de *Un verano con Mónica* (*Sommaren med Monika*, 1952), cuando muestra las piernas de Harriet Andersson en el acto de quitarse sus bragas y a continuación caminar sobre el rostro de su amante (Lars Ekborg) tumbado en el suelo boca arriba. El espectador era así invitado a ver (y a envidiar) al hombre que ve los genitales de la turbadora protagonista del film (Gubern, 2005:10).

Pero dichas producciones distan mucho de las actuales, donde la estética está puesta precisamente en los close-ups: acercamientos constantes y prolongados, donde lo que se ve, en la mayoría del tiempo, son genitales, cavidades que son penetradas, órganos, cuerpos y finalmente fluidos. La pornografía actual ha tomado una distancia con la erotización de las historias, acercándose más al mecanicismo de los cuerpos convulsos que se frotan y expanden frenéticos. Como señala Román Gubern, en su libro *La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas*:

El sexo tiende a reducirse en el género a pura matemática o pura mecánica, es decir, a pura abstracción. El coito se mecaniza como un movimiento de émbolo y las orgías se convierten en máquinas carnales de un juego múltiple coordinado y sincronizado. [...] La perfección biomecánica atenta contra la intensidad o la calidad de la pasión y de la vivencia (Gubern, 2005:26).

Como muestra de esta tendencia tenemos la película de Gaspar Noé, *Love*¹⁰, que fue promocionada como la más pornográfica de todos los tiempos, asentando dicha publicidad en que una secuencia real de penetración, que al parecer fue grabada desde adentro. Son unos cuantos minutos de una toma que registra el acto de manera interna, dando como resultado algo estrictamente genital, como si se tratara de un documental médico, donde vemos a un pene entrar y salir, para finalmente eyacular. Para alguien que no se dedica a la medicina ni tiene conocimientos técnicos, dicha escena bien podría ser entendida como una colonoscopia, apenas y se reconocen los elementos de dicha secuencia.

Este carácter de documento fisiológico es tan evidente, que en la jerga profesional americana al primer plano de los genitales en acción se le denomina medical shot (plano clínico, en España). Todo esto hace que el género bascule peculiarmente entre la ficción y la no ficción, entre la escenificación y el documental. Al documento pertenecen también, por desgracia, las imperfecciones de las epidermis de los actores (granos, verrugas, impurezas, cicatrices, celulitis, sudor, etc.) que forman parte del documental anatómico, aunque las estrellas de tales documentales sean propiamente los órganos genitales (Gubern, 2005:27-28).

Es relevante este ejemplo porque notamos de manera precisa la cosificación de los cuerpos de las mujeres: en dichos close-ups las mujeres dejan de ser mujeres, en el sentido de que se despersonalizan, ya no se registran ni sus caras, ni sus expresiones, quedan reducidas a ser vaginas o anos que son penetrables, eso es todo lo que ve el espectador de ellas: cavidades pasivas. En dichas grabaciones se despersonaliza y deshumaniza a las mujeres. Para el consumidor desaparece y se anula aquella mujer portadora de tal genitalidad, su vagina

¹⁰ Noé, G. (Director) & Maraval V. (Productor). (2015). *Love* [Film] Francia: Wild Bunch.

termina por ser una especie de totalidad o completitud en sí misma, dándose una fijación sobre ésta.

El cine porno más común está fuertemente polarizado por la genitalidad, en agudo contraste con el erotismo del cine tradicional, polarizado en la fijación del deseo en el rostro, el busto femenino y las piernas. La selectividad del encuadre, decíamos antes, hace del cine un medio muy funcional para reconstruir los trayectos de la mirada pornográfica. (Gubern, 2005:30)

De esta manera la pornografía sirve como una tecnología del género, porque los consumidores al verla interiorizan y asumen ciertas nociones, como que las mujeres son diferentes a los hombres, viendo en ellas a las portadoras de unas hendiduras que brindan placer, que por tanto hay que obtener y disfrutar, como si el tesoro estuviera puesto en su genitalidad, haciendo prescindible al resto de la mujer. Tanto así que los juguetes sexuales masculinos que se pueden conseguir en internet son intentos de recreaciones de vaginas de plástico, donde los hombres obtienen lo que parece ser lo único importante de las mujeres, su sexo. Las mujeres, desde la pornografía, se constituyen como otros, seres que son diferentes a los hombres, que precisamente existen como medio y recurso para brindar placer, que demandan ser consumidas, conquistadas y apropiadas. Si bien en la pornografía no sólo participan mujeres, el público al que mayormente va dirigida son en su gran mayoría a los hombres. En una comparativa podemos apreciar que si bien hay mujeres que consumen pornografía es ínfima en comparación de los hombres que hacen uso de ella. Y esto es evidente desde las propias tomas de los videos: en su abismal mayoría todas son grabadas desde ángulos masculinos, para brindar la experiencia de la fantasía de la proyección en aquel que las mira, que sienta y se coloque en el lugar del actor, jugando con la posibilidad de que él sea el que está penetrado o recibiendo sexo oral.

Durante el coito, y por razones de encuadre y de angulación de la cámara, se produce cierta dificultad en exhibir simultáneamente el rostro (sede de la expresión de las emociones) y la actividad genital que produce aquellas emociones. La separación física entre ambos centros de interés obliga a posiciones forzadas para exhibirlos con plena nitidez y de esta dificultad deriva, precisamente, el habitual empleo de dos cámaras en los rodajes de estas escenas. En el curso de la felación, en cambio, el espectador puede ver a la vez en primer plano los genitales masculinos (sede de la sexualidad) en erección y el rostro de la mujer en primer plano (sede de la expresividad y de las emociones); pueden ver simultáneamente y en primer plano el desafiante miembro erecto y un rostro bello que interactúa con aquel miembro (Gubern, 2005:34).

De nueva cuenta vendría bien centrarnos en quienes consumen dicho material, es decir los hombres, para analizar y revisar sus experiencias frente al contenido pornográfico. Habría

que comenzar diciendo que los hombres tienen sus primeros acercamientos a la pornografía en la adolescencia, esto parece bastante evidente, por aquello llamado coloquialmente el “despertar sexual”, aunque como señala Freud¹¹, la anterior concepción es problemática, porque la sexualidad siempre está presente y activa en los seres humanos, aun cuando son niños. Habíamos dicho que la pornografía puede cumplir una función pedagogizante, en el sentido de que instruye, brinda ciertas nociones y expectativas (que pueden ser exageradas o poco realistas), y ofrece un repertorio de experiencias mediadas y posibilitadas. En el caso de los hombres más jóvenes se acercan precisamente de manera curiosa, con fines de querer aprender algo que está impregnado de un velo misterioso y desconocido, como si fuera el inicio de todo un mundo de placeres y secretos que les había sido prohibido y ocultado. Y de eso da cuenta la manera en la que se acercan a la pornografía: contra toda intuición externa, asumiendo que miran estos materiales en secreto y de forma privada e íntima, quizás para poder masturbarse viendo las fotografías y los videos, estas primeras incursiones generalmente se realizan en grupo y varios chicos se reúnen para consumir el material. Estos grupos, en general se componen de alguien más grande, que ha tenido acceso a las revistas o a los archivos descargados, en teoría alguien con más experiencia que el resto de los chicos, una especie de Prometeo que comparte el fuego del conocimiento con los que son más jóvenes y poco instruidos. Nos encontramos con la relación entre la masculinidad y el grupo, compuesto por alguien con más experiencia que enseña y por el otro lado a los múltiples aprendices, deseosos por conocer. Los hombres aprenden a ser masculinos en grupo.

La idea de una compulsiva vida sexual, esto es, cuantas más experiencias sexuales, más reafirma el varón su condición. Precisamente en este aspecto sexual, un concepto clave es la difusión de sus experiencias sexuales con terceras personas. El presumir ante varones de su mismo grupo dominante sus experiencias, se refleja también en el hecho de consumir pornografía colectivamente o en la libre circulación de pornografía a través de grupos dominantes. Sexualidad y colectividad son conceptos intrínsecamente relacionados. (Burillo, 2019:5).

Algo que llama la atención es precisamente el ambiente tenso en el que surge dicha práctica de ver la pornografía en grupo, esto referido a que las imágenes y los sonidos sin duda

¹¹ “Nos pareció lamentable en primer lugar que se negara la existencia de la pulsión sexual en la infancia, y que no pocas veces exteriorizaciones de esa índole observadas en el niño se describieran como excepciones a la regla. Más bien consideramos que el niño trae consigo al mundo los gérmenes de actividad sexual, y ya en el acto de ingerir alimento goza también de una satisfacción sexual que después busca crearse, una y otra vez independientemente, en la bien conocida actividad del <chupeteo>” (Freud, 1905:78).

erotizan y estimulan a los hombres, pero como si se tratara de un ejercicio estoico, ninguno tendría que ceder frente a la tentación de querer frotarse, frente a los otros. Si existen erecciones o indicios deben de ser ocultados y reprimidos, con bromas y comentarios hilarantes, es como si fuera una prueba de resistencia. Y aquel que no logre vencerla será concebido como débil, sin control de su cuerpo y de sus emociones, como un chico raro. Parece hasta contradictorio: ver pornografía, que estimula sexualmente, para no dejarse erotizar por ella. Aquí quizás podemos encontrar el sentido de dicha práctica grupal: cuando se consume de esta manera, no es con fines todavía eróticos, es más desde un orden pedagogizante, para aprender algo: cómo moverse, qué hacer, qué decir, cómo actuar. Si comparamos lo que sucede con las mujeres, encontraremos marcadas diferencias en cuanto a los hábitos se refiere: de entrada, ellas no consumen la misma cantidad de pornografía que los hombres y las que llegan a hacerlo, no lo hacen en grupo, lo realizan de manera privada e íntima, muchas como antesala de alguna actividad sexual.

Según los estudios de Harper y Hodgins “las mujeres, generalmente, empiezan a consumir pornografía a partir de los 15 años, mientras que los hombres suelen empezar a los 12 años”. (Harper & Hodgins, 2016). Según las conclusiones de Hald referentes al comportamiento derivado del consumo de la pornografía, “las mujeres prefieren hacerlo con su pareja” (Hald, 2006). Mientras que el estudio del 2013 del mismo autor concluye que “el 88% de hombres y el 45% de mujeres han consumido material sexual”, esto centrado en una muestra de “4600 jóvenes (de 15 a 25 años) de los Países Bajos” (Hald, Kuyper, Adam & Wit, 2013). Otras de las conclusiones que revelaron su estudio fue que “los hombres consumen pornografía para experimentar placer, mientras que las mujeres lo hacen para mejorar sus relaciones sexuales” (Ídem). En los hombres dichas prácticas grupales de consumo de imágenes de cuerpos de mujeres se conservan y se transforman, si bien los hombres ya no se juntan a ver expresamente pornografía como lo hicieron de más chicos, siguen teniendo grupos donde intercambian dicho material, se mandan fotografías bajadas de internet, se recomiendan páginas, etc. Hay toda una especie de mercado local, donde se trafica y comparte dicho material, como si de artículos u objetos se tratara: se intercambian como si fueran medallas o trofeos, cuya satisfacción está puesta en poder mostrárselas a otros hombres y compartirlas con ellos. Como explica Burrillo: “masculinidad hegemónica es sinónimo de colectividad, sólo así se explicaría el patriarcado. De este modo puede entenderse también el fenómeno

conocido como manadas, la masculinidad se ve duramente reforzada y validada en grupo, el sentimiento de poder y dominación se multiplica y ponen en práctica constante su superioridad” (Burrillo, 2019:4).

La pornografía tiene la capacidad de generar comunidad y cohesión entre los hombres. En WhatsApp lo podremos comprobar: hay grupos de participantes desconocidos entre ellos, que nunca se han visto, de diferentes lugares de procedencia y residencia, que parece que nada los une, ni que tampoco tienen mucho en común más que el consumo y el intercambio de fotografías y videos pornográficos. Siendo grupos altamente activos en cuanto a sus interacciones se refieren y con muchos miembros, todos unidos por el consumo y la circulación de la pornografía. La pornografía plantea muchos dilemas éticos y sociales, pero aquí nos delimitaremos a atender aquel que tiene que ver con su función pedagógica; teniendo en cuenta de que dichas imágenes muestran una realidad que ha sido producida desde ciertas cuestiones estéticas, que no necesariamente representan a la realidad. La pornografía muestra imágenes alteradas o producidas.

En ciertos contextos culturales, como los occidentales, los cuerpos de las mujeres, que se exhiben son delgados, rubias, con una tonalidad en los pezones o en las vaginas que han sido hasta previamente blanqueadas y depiladas, mientras que los senos de muchas de ellas han sido intervenidos, a través de cirugías estéticas, “en la producción norteamericana, en particular, son muy frecuentes las modelos con pechos exageradamente grandes (y manifiestamente operados), dando aparentemente la razón al tópico acerca de la fijación infantil de los varones de aquel país” (Gubern, 2005:57).

En las relaciones sexuales vemos una serie de posiciones inverosímiles. Nos ofrecen además actuaciones, donde hay gritos de placer descomunales, duraciones de los actos que en realidad no corresponden con los parámetros, pero con la edición y el uso de ciertas sustancias para retrasar la eyaculación y reducir la sensibilidad de los actores se vuelven posibles. “Las escenas sexuales se trucan con los mismos procedimientos técnicos usados en el documental científico: el ralentí (usual para prolongar las eyaculaciones) y el acelerado (como el coito frenético del protagonista de Raw Talent)” (Gubern, 2005:28). Hasta los fluidos que se nos muestran han sido producidos y exagerados, cantidades de semen y eyaculaciones femeninas que terminan por configurar y alterar nuestra percepción y expectativas en torno a la sexualidad; más aún en aquellos que son jóvenes y no tienen ni

siquiera una experiencia real con la cual contrastar aquello que están viendo a través de internet, tomándolos por ciertos y después buscándolos imitar o tratando de repetir, con poco éxito.

A veces, no obstante, el actor no consigue eyacular. En estos casos el productor tiene que recurrir a los consabidos insertos en primer plano extraídos del archivo, cuidando las afinidades físicas (color de vello, etc.) O bien reemplazar el esperma que no llega por su simulacro, con leche condensada o con dos claras de huevo, con un poco de leche y azúcar, aunque entonces tiene que eliminar el acto clave del derrame. En este caso el documental fisiológico es traicionado por la intrusión del universo de los trucajes. (Gubern, 2005:37).

En la pornografía vemos cuerpos esculturales, penes descomunales, senos enormes, vaginas estrechas, orgasmos siempre seguros, una obsesión y un culto a la penetración como momento más álgido de la sexualidad. Situaciones poco frecuentes, como orgias y tríos, ninguna cuestión referida a la dificultad de mantener una erección, cuerpos siempre lubricados, excitados y dilatados, ninguna muestra de cansancio, ningún calambre, ni agotamiento. Tantas imágenes producidas que terminan por crear una realidad alterna que no corresponde con lo físicamente experimentable y que sin embargo es igual de deseable y buscado por aquellos que la miran, quienes terminan por creer que aquello es lo real, frustrándose o asumiendo que es carencia suya o de la compañera sexual, cuando no se es capaz de recrear u ofrecer aquello que fue anteriormente visto. La realidad producida termina, en algún sentido, por reemplazar a la realidad real, porque, como sostiene Sayak Valencia, “ya no se representa la realidad sino que se produce directamente” (Valencia, 2018:236). La segunda realidad luce más atractiva y placentera que la primera, tenemos “la producción de una realidad más fascinante que la verdadera.” (Ibid:239). La realidad producida hace uso de cierto tipo de conjuro fantástico, que se esconde, como hemos dicho, en los ángulos de las tomas, en el uso hasta de pastillas y una actuación, que, aunque pueda resultar exagerada, es deseable para el que está mirando.

SOBRE LA LIBRE ELECCIÓN Y LA MONETIZACIÓN EN EL CONTEXTO DEL NEOLIBERALISMO

Atendiendo a dicha encomienda hay que contextualizar el fenómeno de las boobstreamers en un espacio y tiempo, además de un tipo específico de sociedad, en este caso la nuestra es una caracterizada por un marcado modelo económico que es el neoliberalismo. Entendiendo por este término, un tipo de economía donde el Estado intervenga lo menos posible, a favor de un supuesto libre mercado y comercio.

La filósofa española Ana de Miguel escribe que “de acuerdo con este modelo económico, casi todo tiene un precio y casi todo es permisible siempre y cuando haya consentimiento entre las partes” (De Miguel, 2015:9). Las mujeres desde su cosificación y tráfico en el neoliberalismo siguen teniendo un precio, la diferencia sutil que se marca aquí con otras épocas históricas y sus respectivos modelos económicos es que se les ofrece la supuesta libertad de volverse dueñas de sí mismas, en el sentido de que pueden verse beneficiadas directamente de la circulación de los capitales que hay inmersos en dichos procesos, como los que tienen que ver con el dinero. Daniela Hinojos, reseñando el libro de Ana de Miguel, *Neoliberalismo sexual. El mito de la elección libre* dice que:

En la era del neoliberalismo globalizado, la desigualdad sexual se reproduce mediante formas sutiles y, a veces, casi imperceptibles, que se tratan de legitimar desde el consentimiento o la “libre elección” de las mujeres. Así los viejos mandatos patriarcales se han ido adaptando a las exigencias del neoliberalismo. (Hinojos, 2019:179).

Con las mujeres que realizan el boobstreaming lo anterior se expresa bien, porque parece que ellas han elegido libremente llevar esa vida y realizan a voluntad dichas prácticas, donde lo que terminan por ofrecer es como producto visual su cuerpo, mientras que están jugando videojuegos, porque además obtienen beneficios de ello, el económico, por ejemplo, que se acompaña además de una popularidad que les brinda cierto estatus social y algún tipo de reconocimiento. La pregunta crítica en este punto es, ¿de verdad han podido elegir libre y soberanamente? Si uno como investigador de lo social va y les pregunta directamente, lo más seguro es que respondan que sí, que ellas lo han elegido, quizás porque como dice Ana de Miguel se vuelven sutiles esas formas de la desigualdad sexual. Como ejemplo de lo anterior, tenemos una declaración que dio la gamer xLightMoonx al diario Milenio, donde cuenta cómo empezó su carrera y sus incursiones en el gaming:

Todas las noches jugaba con mis amigos Fortnite y estaba con que iba a mis clases de modelaje... Quería hacer un público para lo del modelaje, pero ellos me dijeron: ‘Para que te vayas haciendo público, ¿por qué no le haces como esas chicas que hacen streaming?’ y empecé así (Milenio, 2021).

Cabe preguntarse, ¿qué tanto las mujeres eligen hacer estas transmisiones? ¿Y qué tanto son los streamings y sus públicos los que también las seleccionan y se constituyen como posibilidades reales para que ellas transmitan desde determinadas plataformas, como Facebook Gaming y Twitch? Más adelante, en la entrevista, se agrega que xLightMoonx “tras escalar en el mundo del gaming nacional, teniendo que sacrificar sus estudios universitarios y la seriedad para hablar ante personas desconocidas, ella se encargó de armarse sus consolas” (Milenio, 2021). Aquí vemos uno de los costos que tuvo para la streamer esta forma de generar dinero, teniendo que abandonar la escuela, para poder dedicarse de lleno a sus transmisiones y además poder crearse un público base y toda una imagen. Pero es posible que no se hayan preguntado ni problematizado, por ejemplo, la asimetría que hay, puesta en el hecho de que los hombres que hacen streaming no centran sus transmisiones en sus cuerpos, ni los muestran con algún tipo de intención sexualizante, en los hombres es una cuestión independiente de la actividad que realizan, mientras que en las mujeres el tema de sus cuerpos sexualizados puede estar mayormente presente y ellas lo pueden poner en el centro, quizás aceptando y asumido que es lo normal y lo que se espera de una mujer. Lo anterior se condensa de la siguiente manera: estas mujeres están ganando dinero en internet, pero ¿a qué costo? ¿Qué es lo que han tenido que hacer para poder ganarlo? Parece evidente que han tenido que optar por sexualizar sus transmisiones, poniendo de por medio el que se consuma visualmente su cuerpo. Y más allá del propio costo individual, en el neoliberalismo se invisibiliza toda la larga historia de la cosificación de las mujeres y su tráfico, se reduce a un cuestión trivial que tiene que ver con una supuesta elección particular; sin mostrar que en realidad el optar por lucrar con su cuerpo de una forma sexual es un viejo designio producto de una caprichosa y vieja división sexual del trabajo, donde las mujeres han sido puestas en el orden de la procreación, el cuidado y también al servicio de la recreación sexual y la satisfacción de los deseos masculinos.

Hay toda una estructura cimentada y desplegada desde el sexo que indica cual es el lugar en el mundo social de cada sujeto. Lo que se asume como una libre elección, en realidad viene ya condicionada y delimitada por un sistema genérico. En este punto hay que tener cuidado

porque podría dar la impresión de que estamos cayendo en una postura completamente estructuralista, donde los sujetos están determinados por algo mayor a ellos y no les queda nada más que seguir los designios de aquello que los constituye como si fueran títeres o autómatas sin ningún grado de voluntad. Es decir que la estructura genérica impuesta obliga a que las mujeres se sexualicen forzosamente y ellas no tienen otra opción que hacerlo, de forma automática. La premisa de la que parte esta investigación es que, si bien hay una estructura que tiene que ver con el género, es una que condiciona y no que determina. La diferencia entre un término y el otro es que el segundo es absoluto, no hay ninguna escapatoria, mientras que en el primero, aunque hay un nivel que constriñe también deja cierto espacio para alguna forma de singularidad y espontaneidad; no es ya una libertad soberana, sino que es una capacidad de agencia, donde precisamente el sujeto tiene cierto nivel de movilidad y de poder actuar.

Si la estructura terminará por determinar a todos, los sujetos serían iguales entre ellos. Lo cierto es que hay una diversidad importante en la humanidad como colectivo, que se expresa en el hecho de que no hay dos personas idénticas, si lo anterior se cumpliera eso implicaría que todas las mujeres se decantarían por sexualizar sus cuerpos, cuando de hecho no es así, no todas las mujeres que están en internet y realizan transmisiones de sus partidas han optado por hacerlo. Parece que hay una tensión entre la agencia, como capacidad de movilidad y espacio para la singularidad frente a lo que llama Ana de Miguel “consentimiento o la libre elección” (De Miguel, 2015). Pero se resuelve de la siguiente manera: la agencia está puesta en la capacidad de elegir entre varias opciones que hay, mientras que la supuesta libre elección es una crítica que muestra que dichas opciones han sido de alguna manera impuestas por algo exterior a las propias mujeres. Es decir, la agencia sería decir si hacer una transmisión usando ropa entallada o no, mientras que la crítica que abre la libre elección es que el tema en sí mismo de la ropa y el que tenga que ser considerado y deliberado por las mujeres es algo que ellas mismas no decidieron, tampoco el hecho de que una mujer sea juzgada por cómo se viste.

Otro ejemplo, en consonancia con lo que se revisó en Levi-Strauss, tendría que ver con el matrimonio: una mujer actualmente puede decidir si se va a casar o no, ahí radicaría su capacidad de agencia, pero su decisión individual no termina por cancelar, ni negar, al matrimonio como una histórica institución, de hecho, hasta negándose a casarse lo termina

por confirmar, porque lo ha tenido que pensar y considerar como una de las opciones posibles. La pregunta acerca de qué lleva a una mujer a elegir realizar una transmisión con ciertos ángulos en la cámara y utilizando ropa muy específica es necesario hacerla, pero antes de ella habría que preguntarse por qué existe todo un mercado que consume dichos materiales. Aquí vemos que hay una oferta y una demanda; se ha asignado un precio que indica cuánto vale cada una de estas imágenes y las transmisiones, además de que hay toda una competencia entre estas mujeres por la audiencia y el dinero que suponen al obtenerla. El mercado definido por Samuelson es entendido como “un mecanismo a través del cual compradores y vendedores interactúan para determinar precios e intercambiar bienes y servicios” (Samuelson, 2005). Mientras que Pfeifer y Fellay dicen que “es el lugar o lugares donde se ponen en contacto aquellos que producen algo y quieren venderlo, con aquellos que desean satisfacer una necesidad y están dispuestos a pagar por ello” (Pfeifer & Fellay, 1975:687). Habrán algunas posiciones, sostenidas por pensadores como Adam Smith, que dirán que además es “un dispositivo social capaz de autorregularse” (Nadal, 2010:2). El mercado está compuesto por varios elementos:

Los productores o vendedores como oferentes y los consumidores o compradores como demandantes de los productos, bienes o servicios que en él se transan. Estos ejercen la facultad de oferta y demanda y a través de ellas determinan los precios de los productos, bienes o servicios. La competencia de un mercado se refiere a la acción que pueden tener los compradores o vendedores de un bien, para influir en la determinación de los precios en el mercado (Pfeifer & Fellay, 1975:688).

Analicemos si el fenómeno de las boobstreamers califica según las definiciones de mercado que se han dado: se cumple con la parte de los productores, siendo las gamers las que producen sus propias transmisiones, toman las fotografías y las suben a internet. En este sentido también son ellas las vendedoras, porque anuncian las transmisiones y una vez que son adquiridas y consumidas, una parte de las ganancias es para ellas, aunque otro porcentaje se lo queda la plataforma, ya sea Facebook o Twitch. El segundo elemento es que hay compradores interesados en las transmisiones, mismos que adquieren monedas electrónicas para hacérselas llegar, en la forma de donaciones, a la streamer que están viendo. En el caso muy concreto de las boobstreamers gran parte de los compradores y consumidores son hombres. ¿Cuál es el servicio, el bien o el producto que por un lado se oferta y por el otro se adquiere? Lo son las transmisiones que hacen estas mujeres, donde lo más importante no es el juego que practican, sino que aparezcan ellas y sus cuerpos desde ciertos ángulos, usando

atuendos entallados o escasos. Además de las transmisiones también se comercializan otros artículos, como pueden ser sus fotografías, material exclusivo (audios o vídeos), en vivos en otras plataformas como TikTok e Instagram, etc.

En la entrevista que Yair Hernández le hace a xLightMoonx, para Milenio, la streamer cuenta su rutina diaria, diciendo que tiene que “despertarme y que no sea tan tarde, ir al gym, regresar, arreglarme y empezar a grabar TikToks, que es una plataforma muy importante, después sacarme fotos para Insta y al final hacer streams, primero en Twitch” (Milenio, 2021). Más adelante veremos que Instagram y TikTok serán dos redes sociales importantes para que las boobstreamers generen un público y también para que se den a conocer visualmente. Como se muestra en la tabla 1, todos los perfiles que fueron analizados tienen una cuenta en Instagram y 8 de 10 una cuenta en TikTok.

El tercer elemento es que hay una oferta y una demanda, que determinan los precios y lo que se puede ganar haciendo una transmisión en vivo. Por ejemplo, se ha documentado en canales de YouTube¹² que AriGamePlays gana aproximadamente \$4,339 pesos mexicanos en 10 minutos de una de sus transmisiones y hay que tener en cuenta que generalmente se puede extender hasta las 6 horas estos en vivo.¹³ Como cuarto elemento también hay una competencia, pues en ejemplo de AriGamePlays ella no es la única que realiza estas transmisiones, hay otras mujeres que ofrecen un servicio o artículo similar, por tanto, para ganar notoriedad deben buscar hacer cosas nuevas; en su caso apostarle a su belleza, ser más atrevida, etc. Los streamings son sumamente populares hoy en día, según Facebook Gaming “más de 800 millones de personas juegan a juegos conectados de Facebook cada mes” y hay “más de 90 millones de personas activas en grupos de videojuegos” (Facebook, 2018). Por tanto, el número de gente que los realiza ha aumentado considerablemente, si quieren ganar seguidores, una streamer debe encontrar algún diferenciador de las otras jugadoras que también hacen transmisiones.

El menester más importante es revisar cómo es posible que un sistema económico, como lo es el neoliberalismo, sea capaz de poder asignar un valor económico, en la forma de un

¹² [Sergius Brutal]. (2021, enero 3). Cuanto DINERO gana ARIGAMEPLAYS [2021] Más de 1 MILLON !! [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=a4o2RWojnh4>

¹³ [DesempaKeta2]. (2020, agosto 7). Cuanto se GANA por transmitir juegos en Facebook 10 minutos con ARIGAMEPLAYS se ganó 15000 estrellas [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=TzXCUx7abp4>

precio, a los cuerpos de las mujeres, aún desde su propia representación visual. ¿Cómo les asigna valor? ¿Cómo determina cuánto vale cada hora de las transmisiones de estas mujeres? ¿Cuáles son los parámetros que utiliza para discriminar que una transmisión vale más que la otra? Como señala Gayle Rubin:

Un análisis completo de las mujeres en una sola sociedad, o en toda la historia, tiene que tomar en cuenta todo: la evolución de formas de mercancía a mujeres, los sistemas de tenencia de la tierra, ordenamientos políticos, tecnología de subsistencia, etc. Y lo que es igualmente importante, los análisis económicos y políticos no están completos si no consideran a las mujeres, el matrimonio y la sexualidad (Rubin, 1986:140).

Como se ha mostrado el fenómeno de las boobstreamers está atravesado por una cuestión que tiene que ver con el dinero; la pregunta que podríamos lanzar sería la siguiente: si en el fenómeno no hubiera dinero de por medio, ¿seguiría existiendo? Es decir, si no hubiera un beneficio económico, ¿estas mujeres realizarían de esta manera sus transmisiones? En ese sentido hay que vincular al neoliberalismo, en tanto que sistema económico, con la asignación de valor que se ha hecho de los cuerpos de las mujeres, desde su cosificación y sexualización; sobre todo porque no se ha asignado el mismo valor a los cuerpos de los hombres, si bien estos también pueden ser explotados, lo es en tanto que trabajadores, esclavos o guerreros, su sexualización no ha sido históricamente marcada en los mismos términos que la de las mujeres. Si bien dicha asignación de valor de los cuerpos de las mujeres no es nueva, como se revisó con Levi-Strauss, que en ciertas culturas una mujer podía ser intercambiada por caracoles o cerdos, lo que se agrega en el neoliberalismo es la propia participación de las mujeres, ya no como pasivos bienes, sino que parece que ellas mismas eligen asignarse un valor económico.

Algunas posiciones feministas, como la liberal, han encontrado en esta supuesta capacidad individual de elección una forma de empoderamiento para las propias mujeres. El argumento es el siguiente: se asume que son ellas las que eligen, cosa que antes no podían hacer y que además se ven beneficiadas directamente por la circulación del dinero, mientras que en otros tiempos ni siquiera podía acceder a él y se lo quedaba en general un hombre. Uno de los problemas de estas posiciones individualistas es que terminan por descontextualizar y difuminar la operación sistemática de las estructuras sociales. Desde algunos feminismos de la igualdad se expone que “en la actualidad persisten prácticas -como la prostitución- que, lejos de promover la reciprocidad, siguen poniendo a las mujeres en una clara posición de subordinación.” (Hinojos, 2019:182).

Dicho de otra manera, el que ganen dinero y crezcan económicamente no es sinónimo de que se liberen de la histórica opresión en la que han sido marginadas, todo lo contrario, perpetúan esas formas de dominación al aceptarlas y entregarse voluntariamente a ellas. Hinojos agrega en las notas de su reseña que: “la prostitución constituye una práctica encaminada a satisfacer deseos unilaterales de carácter sexual (por parte de los hombres mayoritariamente) y las mujeres no solo se encuentran en una posición de subordinación, sino también de despersonalización” (Hinojos, 2019:182). Lo anterior concuerda con lo explicado por Gayle Rubin, ya que se confirma el sentido que asigna el sistema de sexo-género, donde se perfila el papel y función de las mujeres y por el otro lado el de los hombres, conjurando una especie de naturalización, donde las mujeres son pasivas y los hombres activos, las mujeres están para ser tomadas y los hombres para tomarlas. Por eso el consentimiento o la libre elección individual no bastan para romper la anterior estructura, termina por ser coaptada e incorporada. En ese sentido el patriarcado se ha imbricado bien con el neoliberalismo, porque es la aceptación voluntaria de sus opresiones, ofreciendo dinero en el proceso, así continúan haciendo sus transmisiones, aunque reciban comentarios lascivos donde las sexualicen.

Declara xLightMoonx que: “trato de evitar leer esas cosas (comentarios malintencionados); no intento hacerles caso, porque si les haces caso más lo hacen” y “los gamers, suelen ser un poquito machistas y cualquier cosita de la vestimenta es muy criticado” (Milenio, 2021). Nadie obliga a estas mujeres a realizar sus transmisiones de esta manera, pero han encontrado que si lo hacen así, usando ropa entallada, con ángulos que muestren escotes pronunciados, se puede generar dinero, que no implican demasiado esfuerzo, más allá de “el equipo como tal, una webcam que se vea bonita... Para poder competir tiene que verse el stream decente, porque visualmente va a atraer. Luego, hay muchas personas que se suelen quedar calladas... Intenten hablar, y ser constante. Por último, saber qué es lo que la gente está viendo” (Milenio, 2021).

CONSIDERACIONES FINALES DEL CAPÍTULO

El fenómeno de las *boobstreamers* sólo tiene sentido en tanto que ubicamos a los elementos que lo componen en un conjunto de estructuras sociales; que no sólo van más allá de las interacciones que se dan entre los sujetos sociales que participan en él, sino que a su vez dichas interacciones se ven posibilitadas y configuradas por estas mismas estructuras sociales. Partiendo desde el género, donde hay una imposición de una división tajante que clasifica a todo lo que existe en dos polos: masculino y femenino. Siendo los hombres favorecidos sistemáticamente con una serie de privilegios exclusivos, mismos que las mujeres no tienen. El patriarcado además de una distinción propone también una jerarquización, que ha ubicado a los hombres tradicionalmente por encima de las mujeres, sumiéndolas históricamente en una situación de opresión y desfavorecimiento sistemático. La masculinidad a su vez impone sobre los hombres una serie de mandatos que ellos deben de ser capaces de cumplir para poder ser reconocidos como tales, como el de estar en condiciones efectivas de ejercer poder para garantizar su superioridad y fuerza, generalmente en contra de las mujeres, pero también pueden ejercer poder contra otros hombres y contra ellos mismos. Una forma masculina de ejercer poder sobre las mujeres y sus cuerpos es a través de cosificarlas desde una sexualización, al asumirlas y tratarlas como objetos que sirven para generar placer y procurarlo. De esta forma no sólo se consumen a los cuerpos de las mujeres de manera directa, sino que también pueden ser abstraídos y mercantilizados a través de sus representaciones e imágenes. Actualmente nos encontramos en un sistema económico que es capaz de asignar un valor económico a todo lo existente, incluyendo a las propias mujeres y a sus cuerpos, de esta manera existe todo un mercado, donde hay una oferta y una demanda para dichas imágenes. La diferencia con otros tiempos es que el neoliberalismo propone y permite que sean las mujeres mismas las que produzcan sus imágenes y lucren con ellas, siendo un arma de doble filo, ya que, si bien se ven favorecidas con los ingresos económicos generados, es a costa de tener que sexualizarse voluntariamente, aceptando condiciones que lejos de liberarlas, las oprimen aún más en el dominio patriarcal, al poner sus cuerpos e imágenes al servicio de los deseos de los hombres. La supuesta libre elección oculta la antiquísima historia del tráfico de las mujeres y de sus cuerpos, desvinculando el proceso de cómo han sido intercambiadas, reducidas a objetos y dominadas; trivializando la cuestión al descontextualizarla y reducirla a unas condiciones que se

muestran siempre en el plano de lo individual. En el fenómeno de las boobstreamers casi todo el tiempo se reiteran los sentidos patriarcales, donde los hombres son los que miran y las mujeres las que deben de ser vistas. También el fenómeno busca confirmar el viejo mandato patriarcal que establece que el lugar de lo femenino es el privado e íntimo, mientras que el de lo masculino es el público, como se muestra en las fotografías de las streamers, que son efectuadas en lo que parecen ser sus cuartos. Otro sentido patriarcal develado fue aquel donde las mujeres son entendidas como objetos pasivos, mientras que los hombres son vistos como sujetos activos.

CAPÍTULO III. LAS IMÁGENES DEL FENÓMENO DEL BOOBSTREAMING, SUS INTENCIONES Y SENTIDOS INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO

Actualmente vivimos en un mundo plagado de imágenes, las encontramos en todos lados: en los letreros publicitarios, las revistas, los periódicos, cuando prendemos nuestras computadoras y ahora de manera más inmediata en los celulares. Nosotros mismos nos hemos vuelto imágenes, reducidos y condensados a nuestras fotografías de perfil en las redes sociales, siendo avatares de lo que consideramos son nuestras mejores poses y sonrisas.

Padecemos una inflación de imágenes sin precedentes. Esta inflación no es la excrecencia de una sociedad hipertecnificada sino, más bien, el síntoma de una patología cultural y política, en cuyo seno irrumpe el fenómeno postfotográfico. La postfotografía hace referencia a la fotografía que fluye en el espacio híbrido de la sociabilidad digital y que es consecuencia de la superabundancia visual (Fontcuberta, 2016:9).

Pero no siempre fue así, las imágenes no nos han acompañado de la misma forma, no nos han bombardeado, ni tampoco se han producido y reproducido de maneras masivas; todo lo anterior tiene un proceso histórico, que puede ser rastreado. Antes del gran despliegue tecnológico, que incluye la llegada del internet y de las cámaras, no sólo de las analógicas, también de las digitales, había un mundo visualmente diferente, apunta Gubern “históricamente, las imágenes comenzaron siendo públicas -en las superficies de las rocas o las paredes de las cuevas- y pasaron muchos milenios hasta que se produjo, en las teocracias del Medio Oriente, el fenómeno de su apropiación privada” (Gubern, 1996:27). Después de la apropiación privada, las pinturas producidas en el soporte de los cuadros no fueron de libre acceso, había que pagar para producirlos y no eran baratos, estaban de esta manera en posesión de las clases sociales más privilegiadas, no sólo en cuanto a su producción también en lo que respecta a su consumo, las colecciones eran privadas. Por muchos siglos la pintura tuvo el monopolio de las imágenes y éstas no eran de libre acceso. Algunas de las razones tienen que ver con su producción, no cualquiera podía hacer arte, se necesitaba de una persona especializada, con la sensibilidad, talento y los conocimientos necesarios, además de la consideración de los tiempos para poder producirlas: realizar una obra de arte, como la pintura, es un trabajo tardado y laborioso; además de que es único: no hay, por tanto, dos pinturas iguales. Lógica que, en algún sentido y nivel, se rompe, como señala Walter Benjamín, con la reproductibilidad técnica:

La obra de arte ha sido siempre fundamentalmente susceptible de reproducción. Lo que los hombres habían hecho, podía ser imitado por los hombres. Los alumnos han hecho copias como ejercicio artístico, los maestros las hacen para difundir las obras, y finalmente copian también terceros ansiosos de ganancias. Frente a todo ello, la reproducción técnica de la obra de arte es algo nuevo que se impone en la historia intermitentemente, a empellones muy distantes unos de otros, pero con intensidad creciente. (Benjamín, 1989:1-2).

Hoy todos somos capaces de producir imágenes, también de compartirlas y reproducirlas. Al inicio de su historia, las sesiones fotográficas tenían una duración muy larga y eran sumamente costosas, sólo habían unas cuantas oportunidades de sacar una fotografía. En nuestros tiempos cualquier persona puede sacarse una *selfie*, siendo el producto final de una sesión de más de ochenta disparos, para que el usuario termine eligiendo la fotografía en la que considere que se aprecia su mejor ángulo.

El retrato, que en Francia era, desde hacía siglos, privilegio de algunos círculos, se somete, con el desplazamiento social, a una democratización. Ya desde antes de la Revolución francesa, la moda del retrato comienza a extenderse en los medios burgueses. A medida que se afirmaba la necesidad de representarse a sí mismo, esa moda creaba nuevas formas y nuevas técnicas con objeto de satisfacerla. La fotografía que, en Francia, fue del dominio público en 1839, le debió, en una ancha medida, su desarrollo técnico y su expansión (Freund, 1983:13).

Si bien la reproducción que se logró gracias a las imprentas es un importante antecedente de la masificación, hoy vamos más allá de la propia materialidad, hace unos años cualquiera podía traer en su cartera un calendario, con una reproducción de la Mona Lisa, pero ahora podemos buscar desde nuestros celulares el propio cuadro, ya sin la necesidad de un soporte tangible. Todas las imágenes están al acceso de unos cuantos movimientos de nuestros dedos en las pantallas táctiles de los celulares. Fontcuberta sostiene que “estamos inmersos en un orden visual distinto y ese nuevo orden aparece marcado básicamente por tres factores: la inmaterialidad y transmitabilidad de las imágenes; su profusión y disponibilidad; y su aporte decisivo a la enciclopedización del saber y de la comunicación” (Fontcuberta, 2016:11). La importancia de las imágenes se vuelve manifiesta porque son capaces de ser documentos de análisis que muestran y condensan contenidos sociales, hasta fenómenos complejos en sí mismos, capaces de dar cuenta de las propias relaciones sociales, o en el caso de la fotografía de documentar la memoria y la consciencia histórica, por mencionar algunos de los usos de las imágenes. El caso es que contienen mensajes, que lejos de aquel dicho que reza que “una imagen vale más que mil palabras”, se vuelve imperativo poder descifrar y ser capaces de encontrar su sentido y concederle una interpretación, ya que “una imagen es una visión que

ha sido recreada o reproducida. Es una apariencia, o conjunto de apariencias, que ha sido separada del lugar y el instante en que apareció por primera vez” (Berger, 2016:6), esto teniendo como consideración lo advertido por Benjamín al mencionar que “incluso en la reproducción mejor acabada falta algo: el aquí y el ahora de la obra de arte, su existencia irreplicable en el lugar en que se encuentra” (Benjamín, 1989:2). Si vivimos en una época llena de imágenes, se vuelve necesario para las Ciencias Sociales trabajar con ellas, analizarlas. Sería un acto hasta negligente no querer voltear a verlas, más cuando muchos de los fenómenos sociales se expresan o tienen que ver con ellas. Lo cierto es que trabajar con imágenes es complejo, precisamente por lo que ya se refería: la gran cantidad que hay. Además de la dificultad que se encuentra en su fácil alteración, es decir en su autenticidad; cualquiera puede retocar una fotografía, editarla, descontextualizarla, hacerla pasar por actual, cuando es de otra época o de otro suceso, en otra región geográfica, “el aquí y el ahora del original constituye el concepto de su autenticidad” (Benjamín, 1989:3). No hay ni siquiera una metodología única y segura por la cual transitar para poder estudiarlas, el propio Mraz confiesa que “difícilmente he hallado ensayos donde el tema sea la metodología implicada en la investigación y/o las decisiones elegidas para llevar a cabo una investigación basada en imágenes” (Mraz, 2018:7). Además de todas estas dificultades, también está presente el gran prejuicio por el que están atravesadas desde su concepción, de entrada, al menospreciarlas como documentos para el análisis, al deliberar si son verdaderas obras de arte o tecnificaciones con ciertos elementos estéticos, que cualquiera puede producir, sin la necesidad de ningún conocimiento o sensibilidad. Y en segundo lugar por el imperio reinante de la discursividad en la que viven las academias, donde parece que todavía tiene más peso y valor aquello que está escrito frente a lo que es de una naturaleza visual, quizá desde el temor de que “el ojo es más rápido captando que la mano dibujando” (Benjamín, 1989:2). Lo cierto es que más allá de la actitud del investigador frente a las imágenes, éstas existen y cada vez son más, algunas adquiriendo complejidades increíbles, que demandan ser atendidas, interpretadas y significadas, atendiendo no sólo a su aspecto histórico, también a lo estético, para poder recrear su sentido de manera más completa. Así, por ejemplo, poder conocer cómo y con qué fueron elaboradas dichas imágenes, dando cuenta de su génesis, desde su propio proceso técnico. Dichas complejidades invitan al trabajo multi y transdisciplinario, donde investigadores de diversas formaciones se unan en el trabajo, además de la incorporación en

las investigaciones de los propios productores de las imágenes, ya sean los artistas o los desarrolladores de las tecnologías para su reproducción o almacenamiento.

LA CONSTRUCCIÓN DE UN IDEAL ESTÉTICO: LA REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES EN LAS REVISTAS DE MODA

Dice Benjamín que “son conocidas las modificaciones enormes que en la literatura provocó la imprenta, esto es, la reproductibilidad técnica de la escritura” (Benjamín, 1989:2). Al encontrarse la manera de poder reproducir los documentos con mayor facilidad, la creación de periódicos, panfletos, almanaques y después revistas se empezaron a popularizar y prosperar. Todas estas publicaciones han surgido y perdurado con diversos propósitos, entre ellos el de informar, servir de entretenimiento y ocio, divulgar la producción científica y contener la especialización en temas específicos, con un público delimitado que pueda estar interesado en ellos. Entre las revistas encontramos aquellas que son llamadas de moda, de las que se refiere Monroy Nasr de la siguiente manera:

Las revistas ilustradas como forma de representación e imitación, fueron parte del imaginario social y cultural de las mujeres de esa época. El conocimiento de las maneras de vestir, de cortarse el cabello, de buscar ciertos enseres modernos para la casa, surgieron en gran medida de las revistas ilustradas que se propagaron por el país; entre éstas se encuentran: Revista de Revistas, El hogar, La mujer, Zig-Zag y el semanario El Universal Ilustrado. (Monroy, 2008:207)

Para entender la importancia que han tenido las revistas de moda en la construcción de la feminidad primero tenemos que revisar el concepto de moda, mismo que Lipovetsky define como “una búsqueda frenética de la novedad, y una forma de venerar el presente” (Lipovetsky, 1990). Mientras que Patricia Doria dice que “es una forma especial de adornar y significar el cuerpo. Esta incide directamente en la identidad individual y colectiva.” (Doria, 2012:101) De manera más general se ha entendido por la moda un “uso o costumbre en el vestido, en la conducta social, en el gusto, etcétera, que dura una temporada y cambia” (DEM, 2021). Maldonado Baeza escribe en torno a la importancia que ha tenido la moda y sostiene que “la vestimenta era un símbolo de estatus, es decir, la gente vestía de acuerdo a la clase social a la que pertenecía” (Maldonado, 2016). Aquí vemos expresada la relación que existe entre la vestimenta como un modo de mostrar el capital social y económico que posee un individuo.

Freund explicaba que la moda tiene una serie de relaciones con elementos de la clase social, donde las tendencias generalmente surgen en los estratos altos y terminan por llegar de a poco a los más bajos y de esta manera el binomio de moda y buen gusto se implican, porque “el gusto no es una manifestación inexplicable de la naturaleza humana, sino que se forma en función de unas condiciones de vida muy definidas que caracterizan la estructura social en cada etapa de su evolución” (Freund, 1983:7). Lo mismo sucede con la moda, su devenir no es algo incomprensible ni azaroso. De esta manera la moda termina por volverse el ideal al cual las personas deben querer aspirar y por lo tanto buscan imitar y replicar, con los recursos de los que dispongan, sobre todo si es que quieren obtener cierto reconocimiento social. Se muestran y construyen unos criterios estéticos que definen lo que es considerado bello y de buen gusto.

Las clases altas se posicionan ante las bajas como los íconos que marcan la tendencia de cómo se deberían de vestir y lucir. En países como México, la moda, además de tener una clara connotación de clase, también ha expresado una forma de colonialismo, donde por ejemplo las imágenes de las mujeres europeas se vuelven los ideales a seguir de las mujeres mexicanas. Ese fue el papel que cumplieron las revistas de moda en la sociedad mexicana: construir una idea y una estética de la feminidad. Es decir: indicar cómo debían de ser las mujeres, siguiendo los modelos que se imponían desde Europa, así se “afianzaba la imagen de lo que consideraban debía ser “la mujer mexicana” (Monroy, 2008:207) y este proceso se fue afianzando gracias al trabajo realizado en las revistas de moda.

Maldonado Baeza investiga a las revistas de moda e indica que a principios del siglo XIX éstas eran ilustradas por artistas, entre ellos pintores, caricaturistas y muralistas, como fue el caso de Miguel Covarrubias en la revista *Vanity Fair* y Ernesto García Cabral en *Revista de Revistas*. Como parte de su investigación, Maldonado Baeza recupera la publicidad que se utilizó en 1891 en la tienda departamental del Palacio de Hierro a su llegada a México, con la que “se dejaba atrás la fabricación de ropa a la medida con los sombreros y modistas” (Maldonado, 2016) y se comienza con una era donde la ropa se vuelve más estandarizada.



Postal – Portada del Recuerdo de la inauguración de El Palacio de Hierro, 1911.

En la publicidad del Palacio de Hierro y más adelante en la portada de la revista *Vanity Fair* veremos dos pinturas donde están aparecen mujeres. En cuanto a la manera en la que fueron representadas comprobamos que ambas son de piel blanca, lucen cuerpos largos y delgados, son mujeres jóvenes. Ambos personajes tienen los ojos de color claro y están maquilladas de los labios y de las cejas, las facciones que muestran son muy finas. Las dos figuras se encuentran realizando actividades afuera del espacio del hogar: una de las mujeres está afuera de una tienda departamental, dando la sensación de que está a punto de entrar a ella y la otra mujer está jugando tenis. A pesar de las diferentes actividades que están realizando ambas lucen bien vestidas, con ropa que parece costosa y exclusiva, lo que denota que pertenecen a una clase social alta.



Miguel Covarrubias, Portada de Vanity Fair "Helen Wills by Covarrubias", 1932.

Román Gubern menciona que existe una doble realidad de las imágenes, indicando que “toda imagen es a la vez un soporte físico de información y una representación icónica” (Gubern, 1996:21) y desde esta premisa se empieza a problematizar la relación entre las mujeres y sus representaciones. Primero porque una representación de una mujer, como en estos casos unas pinturas, son antes que nada pinturas, pero en su contenido muestran mujeres, lo que nos lleva a preguntarnos: ¿por qué se ha elegido plasmar esas características y no otras? ¿Quiénes producen las imágenes y con qué fines? ¿Quiénes las consumen? Si existe una representación de una mujer, eso quiere decir que detrás de ella hay una idea que responde a la pregunta, ¿qué elementos hace que una mujer pueda ser identificada como mujer?

De esta manera vemos cómo estos dos trabajos artísticos, que están relacionados con el ámbito de la moda, cumplen la función de representar idealmente y en el imaginario como tendrían que verse las mujeres, empezando con las de las clases sociales altas: con unos

rasgos que no son los latinoamericanos, donde en realidad predomina la piel morena y donde no son comunes los ojos azules ni tampoco el cabello rubio. Se representa, por tanto, en las revistas de moda a un grupo de mujeres que es muy pequeño en México, cumpliendo, en realidad, con el propósito de volverse un ideal para el resto de las mujeres, que buscarán imitar en algo lo que están viendo en estas imágenes. La portada de *Vanity Fair* y la publicidad del Palacio de Hierro no tuvieron la función de representar al común de las mujeres mexicanas, en todo caso su trabajo consistió en producir una serie de ideas de cómo deberían aspirar a verse.

LA REPRESENTACIÓN SOCIAL DE LAS MUJERES A TRAVÉS DE LAS FOTOGRAFÍAS

En el siglo XIX acontecieron una serie de técnicas y tecnologías que cambiaron para siempre la relación entre los humanos y las imágenes: comenzó la fotografía. Misma que desde muy temprano suscitó discusiones y reflexiones en torno a su uso y sus alcances, una de ellas referida a la objetividad. ¿Qué es lo que nos muestra una fotografía? ¿Captura la realidad? La pintura y la fotografía han guardado históricamente una relación compleja, que se vio afectada muy pronto, sobre todo por el potencial que muchos artistas y científicos encontraron en la fotografía, en la que se argumentaba que había una capacidad que no había sido vista antes: la de lograr imágenes en las que se capturaba y mostraba a la realidad “tal cual era”; a diferencia de la pintura, aún la de los estilos más realistas, porque en dichas manifestaciones artísticas, por más diestro que fuera el artista, estaba presente siempre la subjetividad de aquel que las hacía. Escorza lo menciona del siguiente modo: “se pensaba que la fotografía constituía un “retrato fiel de la realidad”. A diferencia de la pintura, la foto reproducía exactamente lo que el ojo veía, por lo que se afirmaba que era un documento fiel y verdadero” (Escorza, 2008:7). Pero más adelante agrega que: “con el tiempo, los críticos y fotógrafos se percataron que si bien la fotografía puede documentar la realidad, también puede mentir respecto a ésta. La fotografía puede ser un reflejo de la realidad o una ficción” (Escorza, 2008:8). En este sentido las fotografías son susceptibles también de ser alteradas, modificadas a conveniencia o sacadas de contexto. Además de que en algún grado la fotografía también depende del ojo de aquel que está realizando una toma, porque hay una serie de elecciones que no son neutras, como elegir un ángulo o decidir qué se está

fotografiando; es así como toda fotografía tiene detrás de ella una intención. Tampoco se ha superado el debate de si la fotografía es un arte o si está más del lado de lo mecánico y lo técnico. Lo cierto es que su práctica, más allá de las críticas y reflexiones, se ha asentado y desarrollado, tanto que actualmente la mayoría de las personas utilizan celulares que incluyen cámaras entre sus aplicaciones y funciones.

En el uso que se le ha dado a la fotografía también ha estado presente el representar a las mujeres y a sus cuerpos desde sus imágenes; pero como veremos más adelante esto también ha sido complejo y poco neutro, sobre todo porque los fotógrafos y/o los productores de las imágenes no fueron las propias mujeres, lo que tuvimos por muchos años fue la representación de las mujeres desde una óptica masculina, mostradas a través de la mirada de los hombres. Antes de llegar a este punto, Freund da cuenta de la relación y de la problematización que hay entre la fotografía y la propia realidad social, porque como apunta Escorza: “la fotografía cumplió con el papel de representar la realidad y, por tanto, de fijar las imágenes en la historia” (Escorza, 2008:7). El trabajo de Freund revela que en la práctica del retrato fotográfico existió “una fase particular de la evolución social” (Freund, 1983:13) y no sólo de un desarrollo técnico. Es decir: algo de lo que compone a lo social y a su transformación se registró en el propio retrato fotográfico, un elemento de cambio, que iba más allá de las propias personas individuales que fueron representadas en los retratos.

Antiguamente el que le hicieran un retrato a una persona era un acto que confirmaba que dicho humano poseía cierto estatus social y económico, porque era un lujo que sólo podían darse las clases sociales más altas. Esto en función del costo que tenían, ya que se requería de un artista calificado, con la destreza y la preparación para poder hacerlo, además del tiempo necesario para su elaboración, el cual al ser un trabajo manual, personalizado y único podía extenderse más tiempo del esperado. Con los años y con la aparición y consolidación de la aristocracia, explica Freund que dicha práctica de los retratos trató de mantenerse, aunque no habían los mismos recursos económicos para poder costearla. De esta manera se buscaron otras alternativas para mostrar el ascenso de esta clase social y que así pudieran equipararse a lo que hacían los reyes y otros nobles, sin tener que destinar tanto dinero ni tiempo. Dice Freund que “a medida que se afirmaba la necesidad de representarse a sí mismo, esa moda creaba nuevas formas y nuevas técnicas con objeto de satisfacerla. La fotografía

que, en Francia, fue del dominio público en 1839, le debió, en una ancha medida, su desarrollo técnico y expansión” (Freund, 1983:13-14).

Ante la dificultad que representaba para los pintores el tener a nuevos clientes que demandaban retratos, pero que no tenían el dinero para poder pagarlos, los artistas tuvieron que ingeniárselas para satisfacer la demanda, reduciendo los costos y de esta manera surgieron los retratos miniaturas. Así comenzaron poco a poco a democratizarse las imágenes, que otrora eran de uso exclusivo de las clases sociales más altas y de los artistas que trabajaban para la creación de éstas. Es importante mencionar esto, porque las imágenes al ser plasmadas en el arte, concretamente en la pintura, estuvieron históricamente en las manos de cierto tipo de gente: los poderosos y ricos. De esta manera también ellos fueron los pocos que tuvieron la posibilidad de ser representados y pintados, de tener una imagen de ellos, pero esta situación vino a cambiar con la fotografía. En su aspecto social, el desarrollo de la fotografía floreció y se popularizó gracias a que nuevas clases sociales demandaban tener imágenes de ellas y en consecuencia esto abrió la posibilidad de que más personas pudieran ser representadas. “La moda arranca en su planteamiento de las capas superiores de la sociedad, siendo adoptada por ellas antes de bajar poco a poco a las capas inferiores” (Freund, 1983:24), así las clases sociales que habían estado excluidos del dominio de las imágenes pudieron acceder a ellas, si bien no en cuanto a la producción, por lo menos sí desde su representación.

Precisamente las mujeres estuvieron largo tiempo en esta condición, cada vez fueron representadas con mayor diversidad en cuanto a las imágenes, pero también es cierto que estuvieron al margen de la propia creación de ellas; por largo tiempo las mujeres no pudieron crear sus propias imágenes, fueron relegadas a un papel pasivo: servir de modelos y musas, de objetos bellos que eran representados y fotografiados. El desarrollo social en este sentido ha sido paulatino y antes de que las mujeres pudieran reclamar la producción de sus propias imágenes y retratos desde la fotografía, lo primero que hicieron fue algo más inmediato, lo que se tenía más a la mano, que era aparecer en las fotografías. El trabajo que realizó Rebeca Monroy Nasr consistió en recuperar fotografías de las mujeres después de la Revolución mexicana, pero no de las que eran mujeres ricas, aquellas que aparecieron retratadas por la posición social que ocupaban, es decir que fueron fotografiadas acompañando a sus esposos acaudalados en eventos sociales importantes; Monroy compila representaciones de mujeres

mexicanas diversas, con ocupaciones y trabajos muy diferentes, pero que muestran una constante: todas ellas tuvieron que salir de sus casas, desplazándose del espacio de lo privado al público, por un factor económico que las condicionó a tener que emplearse para poder encontrar un sustento y sobrevivir.

Monroy Nasr explica que “todo ello habla de un entorno colectivo en el ámbito laboral, porque muestra el quehacer de esas mujeres que dejaron su hogar para enfrentarse a sus patrones, para sostener los hogares por ser viudas, madres, solteras o hermanas de familia que dejaron de percibir un salario por el trabajo masculino” (Monroy, 2008:204). Aquí hay que notar la necesidad a la que se enfrentaron las mujeres mexicanas después de la revolución mexicana: al tener que trabajar para poder obtener una remuneración económica y en ese sentido un sustento para su manutención y la de sus hogares, dicha situación abrió también la posibilidad de que aparecieran representadas a través de la fotografía, en papeles diferentes de los pasivos, ya sin ser acompañantes de hombres poderosos. Esto lo podemos entender mejor cuando vemos fotografías en las que aparecen mujeres en los desfiles y comprobamos que fueron teniendo una participación más visible en la vida social del país.

En este caso, la recolección y revisión de esa presencia femenina de empleadas, obreras y mujeres de la vida nocturna de las fotos de los años veinte del siglo pasado en el país, nos habla de una gesta individual a la vez que colectiva, pues fueron las mujeres que salieron del hogar a buscar un sustento económico y llegaron a plasmarse en las lentes de la cámara por este hecho. El matiz está dado por la clase social a la que pertenecen: obreras, empleadas, actrices, vedettes, cantantes, dejaron su impronta en los haluros de plata, una vez que la revuelta armada de 1910 trastocó la vida social, política y cultural del país. (Monroy, 2008:203)

La circunstancia de las mujeres de tener que trabajar permitió que fueran fotografiadas y que aparecieran en los documentos mujeres diferentes de aquellas de las clases sociales altas, por primera vez la posibilidad se abrió para que aparecieran en las fotografías imágenes de “rostros morenos cubiertos por el talco blanquecino, sus boquitas pintadas de rojo carmesí y cabellos recortados a la bob, sentadas en los bares o presentándose en alguna obra teatral” (Monroy, 2008:204). Además de obreras, fueron fotografiadas enfermeras, maestras, empleadas de boticas, trabajadoras de tiendas departamentales, artistas, médicas, homeópatas, etc. Las fotografías nos muestran las incursiones que tuvieron que hacer las mujeres en el mundo laboral y social. A la par de que nos señalan los lugares que siguieron impedidos para las mujeres: como en la política y la gestión de los gobiernos, incluyendo la administración o en los cargos públicos, ámbitos donde no vemos representaciones ni

fotografías de mujeres pues “el espacio político aún no estaba abierto para las mujeres” (Monroy, 2008:212). Lo que deja constancia del espacio que fue designado para lo masculino y también para lo femenino. De esta manera, aun teniendo en cuenta la variable de la clase social, la cuestión del género también estuvo presente, delineando una marcada e imperante división sexual del trabajo, donde a las mujeres les correspondía algo y a los hombres otro ámbito distinto.

LA REPRESENTACIÓN DE LOS CUERPOS DE LAS MUJERES EN LA PUBLICIDAD

Las revistas de moda, con el tiempo, dejaron de estar acompañadas únicamente de ilustraciones; mismas que han sido reemplazadas ahora por fotografías, donde las modelos ya no son sólo las meras representaciones abstractas de lo que se consideraba o pensaba que era lo femenino, sino que efectivamente son las imágenes de las propias mujeres, en el sentido de que son fotografías tomadas a sus cuerpos. Dichas imágenes se han utilizado en la publicidad, no sólo de la moda, en general para vender todo tipo de productos, algunos que hasta parece que no tienen ninguna relación con el ámbito de lo que ha sido asignado como femenino. En este punto cabe hacer la aclaración de que los productos no son *a priori* para mujeres u hombres, es decir su naturaleza no puede ser femenina ni tampoco masculina, en el caso de las revistas de moda “no se trata necesariamente de información que interese a la mujer sino que es considerada “propia” de ella, es decir, catalogada por la misma sociedad como perteneciente o apropiada para ese sexo” (Gómez & Almansa, 2018). Vemos que se trata en todo caso de una construcción que apuntala a una idea de lo que es la feminidad, muchas veces delineada y constreñida en oposición a la masculinidad. De esta manera los productos responden a una asignación que ha sido impuesta, en tanto que han sido asumidos y pensados para cada uno de los lados de la dicotomía genérica: por ejemplo, la ropa, el interés por la moda, los productos para el hogar, los artículos de belleza y de cuidado personal como objetos que se han asociado con lo femenino.

Respecto a la publicidad dice Pineda que “es una comunicación no deseada. Nadie paga por ver anuncios de mujeres encadenadas o con escarceos lésbicos, así que debemos ir a los intereses últimos que mueven a esta forma de comunicación” (Pineda, 2001: 9) y bajo este tenor, agrega Gubern que “la publicidad ha contribuido energéticamente a excitar los deseos (objetuales) del público a través de deseos (eróticos) interpuestos, suscitados por modelos

atractivas y escenografías hedonistas” (Gubern, 2000: 5). De esta manera el uso de las imágenes de las mujeres se ha utilizado, desde la publicidad, como una estrategia que las puede convertir, o reducir, a objetos; en este caso unos que acompañan a otros objetos, que son los productos mismos, para volverlos más atractivos y finalmente poder venderlos. En su artículo “El cuerpo de la mujer en la publicidad de las revistas femeninas de alta gama”, Gómez de Travesedo y Almansa recuperan la diferenciación que establece Chacón en torno a “dos tipos de modelos femeninos en la publicidad” (Gómez & Almansa, 2018).

1. De un lado la mujer que se presenta como un objeto decorativo que aparece junto al producto anunciado como formando parte de él; como si producto y mujer fueran en el mismo “pack”.
2. De otro, la mujer escaparate que, según el autor, se utiliza para simbolizar el éxito masculino y se emplea habitualmente para anunciar productos destinados al hombre de la clase social elevada y alto nivel adquisitivo (Chacón, 2008: 406).

Siguiendo esta diferenciación se hace evidente la dicotomía que clasifica a las mujeres en aquellas que están relacionadas a la sexualidad desde el cuerpo y su belleza sirve como medio para enmarcar y acompañar a productos. Mientras que el segundo tipo de modelo femenino se expresa en las mujeres que están sumidas en una función tradicional dependiendo de los vínculos que establecen con los hombres, y así se les asume y reduce a ser esposas, madres o acompañantes, convirtiéndose en objetos del deseo, que se aspiran ya sea para conseguir o para replicar. Rey y Garrido proponen que, más que las imágenes de los cuerpos de las mujeres, en lo que consiste la estrategia que usa la publicidad para vender y promocionar artículos en realidad se acentúa en el uso de ciertos elementos con connotaciones sexuales, mismos que se mueve entre una frontera ambigua que va desde la transgresión del erotismo al límite de la pornografía, apelando a que:

Los primeros sectores económicos en recurrir al sexo fueron la perfumería y la moda. La razón hay que buscarla en la propia naturaleza de ambos sectores. Si los perfumes, colonias y masajes se publicitan como propiciadores del contacto y coadyuvantes del acto sexual, reeditando las mágicas propiedades atribuidas a pócimas y ungüentos, la ropa es presentada como un reclamo para gustar y gustarse. Se trata, pues, de valores intangibles que también son empleados ahora para diferenciar los cientos de productos idénticos con idénticas prestaciones que produce una sociedad altamente tecnificada (Rey & Garrido, 2007: 888).

En este punto es necesario insistir en la sexualización que se ha hecho de los cuerpos de las mujeres, que como hemos estado sosteniendo, han sido erotizados casi por completo, situación que no ha ocurrido con el cuerpo de los hombres, donde los pezones masculinos, por ejemplo, no tienen una significación sexual, que sí ha sido atribuida a los de las mujeres.

Si bien Rey y Garrido hablan de un uso generalizado de elementos sexuales en la publicidad, estos se encuentran con más facilidad en los cuerpos femeninos que en los masculinos y esto explica porque la publicidad ha recurrido en su estrategia tradicionalmente más a las modelos mujeres que a los hombres. Al respecto señalan Gómez de Travesedo y Almansa lo siguiente:

Aunque en los últimos años también se recurre al cuerpo masculino para promocionar productos destinados a ellos, principalmente de belleza, la mujer se sigue empleando en la publicidad como un objeto de reclamo sexual, especialmente en aquellos anuncios dirigidos a hombres, donde la mujer se presenta como un objeto sin personalidad ni identidad propia, que pone al servicio del hombre su belleza y su propio cuerpo (Gómez & Almansa, 2018).

El uso que se le dará a las imágenes de los cuerpos de las mujeres en la publicidad dependerá también del artículo que se esté promocionando: si son productos que están pensados para ser considerados dentro del ámbito de lo femenino su función será la de servir como modelo o ideal a replicar, o por lo menos aspirar; y si son productos más relacionados con lo masculino, dichas imágenes se usarán con la intención de provocar sexualmente o llamar la atención del posible consumidor. Desde esa premisa Gómez de Travesedo y Almansa mencionan que “no podemos perder de vista que en las revistas femeninas la mujer que aparece en la publicidad se dirige a la mujer que compra, lee la revista y consume los productos que en ella se publicitan. Se trata de un diálogo entre iguales, de mujer a mujer” (Gómez & Almansa, 2018). De esta manera todo análisis que se interese por el uso de las imágenes como estrategia publicitaria debe tener siempre en cuenta al público para el que está dirigido un producto, porque no será de la misma manera ni con igual intención si es un producto pensado para lo femenino que para lo masculino.

Hay autores que se mantienen críticos y desconfían de todo el uso que se hace de los cuerpos de las mujeres en la publicidad a través de sus imágenes, aún para los artículos que parecen estar pensados para las propias mujeres, ya que argumentan que al final se utilizan sus cuerpos como referentes ausentes, como si fueran muñecas o maniqués cuya única función está puesta en exhibir productos, “la industria de la moda, y principalmente la moda de lujo, tiende a presentar sus colecciones y artículos a través de cuerpos femeninos que actúan de soporte para mostrar los accesorios y prendas de diseñadores” (Soloaga, 2012: 245).

La reducción de las mujeres y de sus cuerpos a objetos que acompañan o hacen más atractivos a ciertos artículos crea un círculo vicioso donde las mujeres quedan cosificadas en un primer momento por esta operación reduccionista y después porque se genera la idea y el sentido de que las mujeres y sus cuerpos son equivalentes a esos mismos artículos que promocionan, de

esta manera “la mujer se convierte en un producto más de consumo, que se potencia desde la publicidad” (Martín, 2017: 69). De Andrés menciona que “la frecuente utilización de desnudos femeninos para dirigir la atención hacia un mensaje publicitario es una práctica de estereotipia porque confunde a las mujeres con cuerpos, erotizándolas” (De Andrés, 2006: 266). Aquí hay una premisa que no hay que perder: si bien las mujeres tienen un cuerpo, una de las reducciones y objetivaciones que se les ha hecho es reducir las a ser precisamente sólo cuerpos, pedazos de carne, que sirven, por ejemplo, para generar y satisfacer deseos.

Esta reducción de las mujeres a sus cuerpos no sólo se da con fines de una sexualización, como muestran más adelante Travesedo y Almansa, en las llamadas revistas femeninas sucede algo análogo. Para mostrar cómo se aplican ciertos productos o sus beneficios se muestran partes muy específicas de sus cuerpos y lo que nos queda es solamente eso, imágenes en las que desaparecen las mujeres a las que les pertenecen unas piernas o vientre y sólo aparecen partes de cuerpos, “la fragmentación del cuerpo femenino, al mostrar partes de la anatomía femenina sin su rostro, lo que favorece la cosificación y, de fetichismo, al destacar labios, tobillos u hombros con dicho carácter” (Gómez & Almansa, 2018).

“Las revistas femeninas ayudan a mantener el concepto de mujer objeto o mujer escaparate” (Gómez & Almansa, 2018), porque en estas publicaciones, donde los desnudos no son muy utilizados, “la mujer se presenta como un objeto, en este caso una muñeca, en el que las firmas pueden exponer sus productos y la mujer, potencial consumidora de los mismos, puede apreciar cómo lucen en los cuerpos de las mujeres a las que aspiran convertirse” (Gómez & Almansa, 2018). Asistimos a otro tipo de cosificación que se hace de las mujeres a través de su cuerpo, esta vez no desde una sexualización, ahora es una en la que se les emplea como bases materiales o soportes, donde se exhiben artículos y ellas mismas se convierten en objeto del deseo, pero en estos casos ya no de los hombres, sino de otras mujeres que desean lucir como ellas, en el sentido de que desean su belleza; pero en estos procesos las mujeres que son las modelos quedan en un estado de desobjetivación.

LA INTENCIONALIDAD DE LAS IMÁGENES

Trabajar con imágenes implica ir más allá de ellas, además de poder hacer visible lo que no siempre aparece en el foco pero que de todos modos está, porque sienta las posibilidades de que así pudiera ocurrir. Uno de estos elementos que suele hacerse invisible es de la propia intencionalidad, con esto nos referimos al preguntarnos: ¿por qué fue hecha esta imagen o fotografía? ¿Con qué propósito y quizás utilidad? “Cada vez que miramos una fotografía somos conscientes, aunque sólo sea débilmente, de que el fotógrafo escogió esa vista de entre una infinidad de otras posibles. Esto es cierto incluso para la más despreocupada instantánea familiar” (Berger, 2016:6).

Leer una imagen no es fácil, aunque así lo parezca, pues se requiere hacer visibles los elementos intrínsecos que la conforman y no sólo mirarla en su superficie bidimensional, de tal suerte que al rescatar ese fragmento de realidad es necesario recrear aquello que la creó, la rodeó y con lo que interactuó para poder conformar el contexto e intertexto de esa representación visual. (Monroy, 2008:201).

Preguntarnos por la intención es sin duda preguntar también por el creador de dicha imagen, por tanto, vamos a partir de la premisa de que no hay fotografías inocentes, en tanto que no las hay sin un propósito o intencionalidad; precisamente el trabajo es reconstruir dicho sentido para poder interpretarlas y concederles una significación. En el fenómeno que hemos presentado podemos preguntarnos: ¿por qué ciertas mujeres hacen streamings jugando videojuegos, aunque muchas de ellas declaran que no son muy diestras en ellos, usando ciertos ángulos para que en el centro de las tomas aparezcan sus pronunciados escotes? Parece que la respuesta tiene que ver con la popularidad: hacer streamings es algo que cada vez es más frecuente entre los usuarios de internet, según cifras de SignalFire “más de 50 millones de personas en el mundo pueden considerarse creadores de contenidos en redes sociales, en plataformas como YouTube, Instagram o Twitch, aunque solo dos millones de ellos son profesionales” (SignalFire, 2022). Con tantas opciones y videos que se pueden ver, el creador de contenido debe pensar en algún diferenciador o algo atractivo para ganar seguidores y con ellos obtener vistas en sus transmisiones.

No es algo nuevo que se recurra al sexo para despertar el interés de público, como lo estudian Juan Rey y Manuel Garrido en su artículo *Sisley o el erotismo como estrategia publicitaria*, donde dan cuenta de la capacidad que tiene el sexo para atraer miradas, que se traducen después en dinero. El sexo es un elemento que despierta la atracción, ya sea por su nivel de transgresión, por el escándalo que genera o por cierta curiosidad morbosa, pero “parece que

el axioma publicitario es: más sexo garantiza más atención”. (Rey & Garrido, 2007:888). Tener seguidores, vistas y comentarios en las transmisiones se traduce a una cosa: la posibilidad de generar dinero. Como se ha explicado, plataformas como Facebook Gaming o Twitch monetizan las transmisiones de los streamers, en función de que tan consumidas son. La empresa de tecnología Flexxible IT reportó que en marzo del 2021 Twitch superó los 1.100.000 canales en español, lo que significa que cada vez hay más streamers en estas plataformas, debido a que existe la posibilidad de monetizar las transmisiones, resultando una actividad atractiva para los usuarios al poder generar ingresos jugando videojuegos. Como podemos leer en las descripciones de los perfiles de Windy y de Adaxmoon, se refieren a ellas mismas como “poser gamer encubierta” (Windy, 2021) y escriben que “lo importante no es saber jugar, sino, jugar con uno mismo” (Adaxmoon, 2021). Podemos inferir que usan como anzuelo a los videojuegos, pero lo que promocionan en realidad son a ellas mismas, esto a través de las imágenes y representaciones visuales de sus cuerpos. Para ejemplificar la idea anterior, podemos comparar visualmente dos transmisiones. Por un lado, tenemos la del gamer de Tabasco, Alkapone y por el otro lado la de Windy. En la primera imagen podemos ver la transmisión del videojuego Minecraft, vemos en ella un mundo digital, construido por píxeles y eso es lo que más espacio ocupa en la pantalla. En la parte superior izquierda podemos leer un contador que no es parte del videojuego, sino que es contenido de la transmisión del gamer, donde vemos la interacción que tiene con su público. Por último, de lado derecho, al inferior, vemos la cara del jugador que está realizando la transmisión. Se ve su rostro, su cuello, hombros, los audífonos y el respaldo de la silla gamer.



Alkapone. "Reaccionando a mis regalos de cumpleaños". / 25 + DLC + Skin. 16/julio/2020. [Video].
<https://www.youtube.com/watch?v=4knylqJitnQ>

En la transmisión de Windy podemos apreciar que es la imagen de la streamer la que ocupa mayor espacio en la pantalla. Lo concerniente al videojuego se encuentra del lado derecho al inferior, justo debajo del espacio de las interacciones, resultando apenas visible. Mientras que de Alkapone apenas vemos su cara, el encuadre que realiza Windy nos muestra más de ella, el ángulo no se limita a mostrarnos su rostro, también la parte de su torso y brazos. La vemos sentada en su silla gamer rosa, con sus audífonos en forma de orejas de animal, con su cabello rojo y usando una playera azul.

De Alkapone no es visible su fondo, mientras que con Windy vemos todo un escenario que nos muestra juguetes y peluches relacionados al ámbito de los videojuegos y las series, también globos, iluminación en tonos rosas y azules y un taburete que porta su nombre. Además de la imagen de Windy, el otro ámbito que ocupa espacio en la pantalla es la parte que tiene que ver con la interacción que mantiene con sus seguidores, podemos apreciar cómo ellos comparten la transmisión. Del lado inferior, en el centro, podemos leer que Windy le pregunta a su público qué debería jugar, proponiendo cuatro posibles títulos de videojuegos: *Fall Guys*, *The Last Of Us*, *Fortnite* y *Free Fire*.

En la parte superior vemos la autopromoción que se hace en sus transmisiones, pidiendo que la sigan en sus redes sociales de Instagram y de Twitter. Por último, también vemos el nombre del seguidor que más estrellas le ha donado, Juaqis LoLo con 217500 de ellas.

Imagen 28



Windy. "Toma Un Regalito". 12/agosto/2020. [Video]. <https://www.facebook.com/440534209385155/videos/2357178484587237>

La diferencia más evidente tiene que ver con los espacios destinados para la transmisión del video y para la imagen del streamer. En Alkapone el videojuego es lo que más espacio de la pantalla ocupa. Mientras que para Windy lo que más podemos apreciar en sus transmisiones es a ella. Visibilizar la intención de generar dinero a través de las representaciones visuales de los cuerpos de las mujeres, partiendo de sexualizarlos, nos muestra que existe un mercado, con su oferta y demanda, donde los cuerpos de las mujeres pueden volverse objeto de consumo, asignándoles un valor. Con la singularidad de que el proceso se hace más abstracto, en el sentido de que ya no hay una materialidad. Es decir, no es el cuerpo tangible de las mujeres lo que se consume, es en todo caso su representación, a través de sus videos, fotografías y transmisiones en vivo.

EROTISMO Y DESNUDOS EN PLATAFORMAS DE CONTENIDO EXCLUSIVO

Dentro de las revistas hay un género que ha sido llamado “para adultos”, como eufemismo de que entre sus páginas se publica contenido que muestra desnudos y la representación visual de prácticas y actividades sexuales. Además, con los años se ha sumado un género cinematográfico catalogado como XXX, en el que se muestra lo mismo: actividad sexual explícita.

La representación icónica del falo en erección y de las prácticas sexuales existía ya en la Grecia y la Roma paganas (por no evocar a la más exótica cultura hindú), pero la reproductibilidad icónica masiva e hiperrealista de la fotografía y luego del cine -garantes de que aquello que se muestra ha acontecido realmente ante la cámara- otorgaría un nuevo estatuto sociocultural a las representaciones eróticas. (Gubern, 2005:9).

No es ninguna novedad que el cuerpo siempre ha despertado interés en los humanos, ya sea para entenderlo y estudiarlo o para contemplarlo y fascinarse por él. Si agregamos a este interés además un velo de misterio que otorga el hecho de que llevamos una buena cantidad de siglos cubriéndolo con ropa, reservando su desnudez para la intimidad, podremos entender la curiosidad y también las fantasías que se pueden originar al imaginar el cuerpo. Para comprender más a estas publicaciones y películas es preciso dar cuenta antes de algunos términos que las articulan, por ejemplo, el erotismo, del que Bataille dice que “se define por la independencia del goce erótico respecto de la reproducción considerada como fin, no por ello es menos cierto que el sentido fundamental de la reproducción es la clave del erotismo” (Bataille, 1987: 16).

De esta manera el erotismo tiene una relación con el placer; que rompe la lógica de la idea funcionalista que asume a las prácticas sexuales como el medio para un fin, en este caso el vínculo para lograr la concepción de un nuevo individuo. Bataille argumenta que los seres humanos son criaturas eróticas porque son capaces de hacer uso de las prácticas sexuales más allá de su dimensión reproductora, encontrando en ellas un fin en sí mismo y no siempre un medio. Si el gozo es el fin, ¿cómo procurarlo? Se buscan objetos que están fuera del propio sujeto para ofrecérselos a su placer, es decir, el sujeto no puede autocomplacerse él solo, necesita de algo externo a sí mismo, de un objeto del deseo.

El otro término que hay que entender es el de la pornografía, que es difícil de ser definido de una vez y para siempre, pero parece que guarda una relación con la desnudez y las prácticas sexuales, y esto tiene que ver también con un juego de mostrarlas, por tanto, hay una tensión con la transparencia, es decir con ver aquello ha sido ocultado.

La pornografía es un tópico complicado y espinoso, sobre todo porque se pretende abordar, aún sin quererlo, desde un ámbito que puede provenir de una lectura moral, que busca condenarla o aprobarla; pero el menester es ir más allá de estos criterios, en el sentido de que hay que tratar de entenderlo como un cierto tipo de fenómeno social, que desemboca en prácticas reales y acontecimientos registrables. Autores como Garrido y Rey recuperan la clásica distinción entre la pornografía y el erotismo, mencionando que “tradicionalmente, la frontera entre erotismo y pornografía venía determinada por la presencia/ausencia del desnudo” (Rey & Garrido, 2007: 890). Pero pronto se desembarazan de esta noción al mencionar que la desnudez es un criterio que ha sido superado para entender la diferencia entre ambos términos, sobre todo si pensamos a las cuestiones políticas, donde el cuerpo puede ser exhibido en una marcha o en una manifestación y no tiene una connotación que busque generar o despertar el deseo sexual, por tanto, costaría trabajo sostener que, en ese contexto de activismo social, se cae en lo pornográfico.

En el ámbito cinematográfico Gubern dice que “el cine porno más común está fuertemente polarizado por la genitalidad, en agudo contraste con el erotismo del cine tradicional, polarizado en la fijación del deseo en el rostro, el busto femenino y las piernas” (Gubern, 2005:30), apelando de esta manera a la oposición entre erotismo y pornografía.

“La diferencia entre erotismo y pornografía es una cuestión de gradación. Ambos versan sobre lo mismo (el sexo) pero lo expresan o manifiestan con mayor o menor intensidad. Así, pues, para muchos, la pornografía comienza justo donde termina el erotismo” (Rey & Garrido, 2007: 890). Más que la desnudez, Garrido y Rey encuentran la diferencia en la intensidad de un material en relación con el sexo, si es demasiado lo que se muestra nos enfrentamos a algo pornográfico, si es más sugerido y sutil, parece que entonces está dentro del ámbito de lo erótico, de hecho, más adelante en su artículo apelan a los términos *softcore* y *hardcore*, pensando que el primero sería una muestra de lo erótico y lo segundo, si se muestran los genitales en *close-up*, sería un material pornográfico.

Garrido y Rey llegan a la conclusión de que la publicidad que hace la marca *Sisley* se mueve más en el ámbito de lo erótico que en lo estrictamente pornográfico, aunque advierten que con cada incursión que hacen desplazan más esta frontera y van transgrediendo los límites, “se trata de unos anuncios de un erotismo exacerbado, cercano en algunas ocasiones a la pornografía sin llegar jamás a ser pornográficos” (Rey & Garrido, 2007: 896). Atribuyendo

la función del erotismo en la publicidad en “la vieja tarea de despertar interés de los receptores (función cazamiradas) y, por otra, se le asigna la capacidad de impregnar el mensaje de erotismo hasta convertirlo en su imagen de marca (función atributiva)” (Rey & Garrido, 2007: 897).

Desde esta distinción cabría preguntarse en este momento si el fenómeno de las boobstreamers se mueve más en lo erótico o en lo pornográfico, y la respuesta tiene que ser en lo primero, porque está cumpliendo precisamente con la función de cazar miradas, con la intención de llamar la atención de los posibles consumidores. Detrás del fenómeno hay una intención manifiesta: vender un producto. Y desde esta premisa el elemento de lo erótico lo que hace es diferenciar a un artículo de otro y volverlo más atractivo que el de la competencia; las streamers compiten contra miles de otros creadores de contenido (hombres y otras mujeres), mismos que ofrecen algo similar a ellas; parece que por eso el elemento de lo erótico se vuelve muy tentador de ser empleado, como un elemento que capture el interés y al mismo tiempo permita diferenciar sus transmisiones, en el sentido de que pretenden volverlas más llamativas que el resto de las que se encuentran en internet.

En las transmisiones en vivo no está presente el primero de los criterios que se mencionó: el de la desnudez. Las streamers no aparecen desnudas, siempre traen ropa, aunque sea ajustada o pequeña; aunque en este punto hay que considerar que esto también responde a una cuestión obligada que no depende de ella y que tiene que ver con la censura, ya que los moderadores de las plataformas pueden eliminar sus transmisiones y también sancionar a sus canales, por tanto, lo que hacen las *streamers* es jugar con la frontera entre el erotismo y la pornografía, extenderla todo lo que se puede.

Hay un tercer elemento que no es mencionado por Rey y Garrido pero que está presente en la diferenciación que establecen entre el erotismo y la pornografía, mismo que resulta problemático y que no permite despejar la cuestión tan rápido; más allá de la desnudez y de la intensidad, está presente un elemento que tiene una estrecha relación con el ámbito de lo moral: lo obsceno. David Copp define a la pornografía desde este elemento, al decir que “consiste en representaciones obscenas de órganos y de comportamientos sexuales” (Copp, 1983:17). La pregunta que habría que hacer sería, ¿en qué consiste lo obsceno? Sobre todo, porque como lo señala Malem Señal se “induce a confusión al sostener que lo pornográfico es siempre obsceno” (Malem, 1992:221). Rey y Garrido no usan los mismos términos, pero

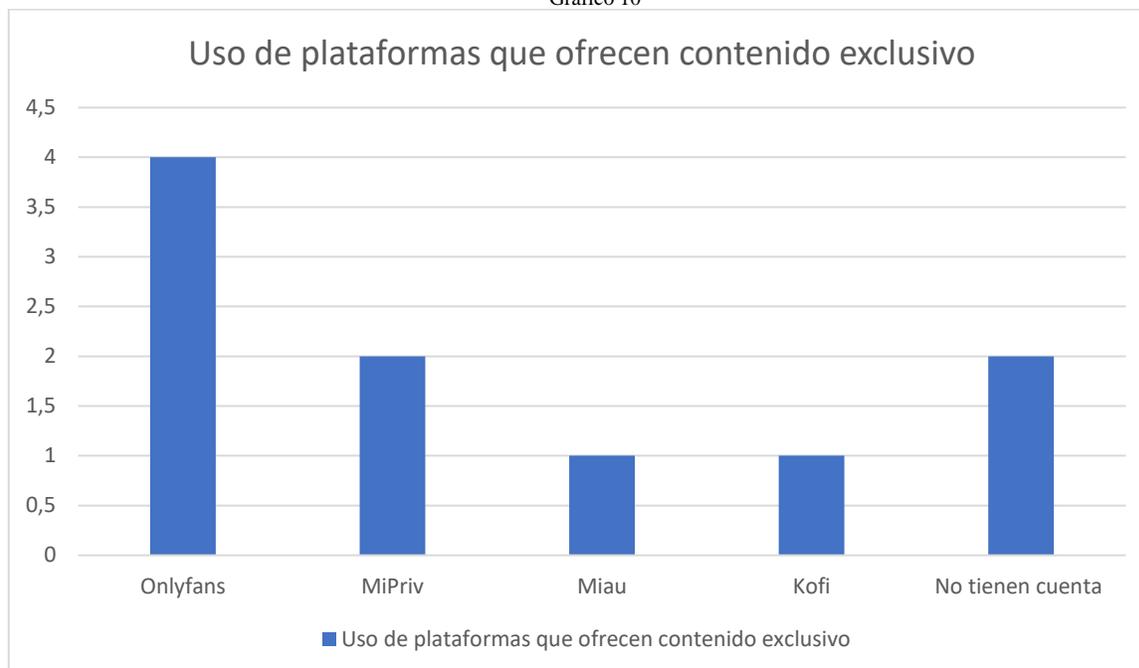
en algún punto parece que tienen entre sus consideraciones algo similar a lo obsceno, sobre todo cuando se refieren a la pornografía y mencionan el escándalo que puede generar, diciendo que por eso la publicidad nunca traspasa del todo la frontera del erotismo, porque entonces se volvería un material que sería considerado vulgar o de mal gusto. Lo cual nos lleva a preguntarnos, ¿la pornografía es siempre vulgar y de mal gusto? ¿El fenómeno de las boobstreamers es vulgar y de mal gusto? Es difícil responder a estas preguntas, porque tendríamos que dar cuenta de en qué consiste el buen gusto, lo cual excede el propósito de esta investigación, porque términos como “vulgar” y “gusto”, responden, en todo caso, a criterios que son muy subjetivos y variables.

No podemos desechar la cuestión entre el erotismo y la pornografía en el fenómeno analizado por la siguiente razón: si nos quedamos con lo que acontece en Facebook Gaming o Twitch, es decir, en las transmisiones, parece que se resuelve pronto, ya que en estas transmisiones por las normas comunitarias no hay desnudos ni tampoco se muestran actividades sexuales.

¿Qué significa un desnudo? Para responder cabalmente a estas preguntas no basta con referirse a la forma-arte, pues está muy claro que el desnudo está relacionado también con la sexualidad vivida. Estar desnudo es ser uno mismo. Ser un desnudo equivale a ser visto en estado de desnudez por otros, y sin embargo, no ser reconocido por uno mismo. Para que un cuerpo desnudo se convierta en “un desnudo” es preciso que se le vea como objeto. (Y el verlo como un objeto estimula el usarlo como un objeto). La desnudez se revela a sí misma. El desnudo se exhibe. Estar desnudo es estar sin disfraces. Exhibirse desnudo es convertir en un disfraz la superficie de la propia piel, los cabellos del propio cuerpo. El desnudo está condenado a no alcanzar nunca la desnudez. El desnudo es una forma más de vestido (Berger, 2016:30).

Atendiendo a la diferencia propuesta por Berger en torno a la desnudez y el desnudo, veremos que en la segunda hay una intención: la de la exhibición, de ser visto. Si extendemos la mirada veremos que la actividad de estas streamers no termina ni se delimita a las plataformas de streaming, muchas de ellas tienen cuentas en otros sitios donde ofrecen material exclusivo, principalmente en forma de fotografías y videos en los que pueden aparecer sin ropa o en posiciones explícitas. En términos de Berger, se encuentra manifiesta la intención de la exhibición, “su cuerpo está colocado de tal modo que se exhiba lo mejor posible ante el hombre que mira [...] Está pensado para atraer su sexualidad. Y nada tiene ver con la sexualidad de ella [...] Las mujeres han de alimentar un apetito, no tener sus propios apetitos” (Berger, 2016:31).

Gráfico 10



En el gráfico 10 podemos apreciar el uso de plataformas en las que se genera contenido exclusivo por parte de las streamers, en su mayoría siendo fotografías y videos en los que aparecen ellas en poses explícitas, en ropa interior o desnudas y al cual se puede acceder por medio del pago de una suscripción. Fueron cuatro las plataformas detectadas que responden a esta dinámica: OnlyFans, Mi Priv, Miao y Kofi.

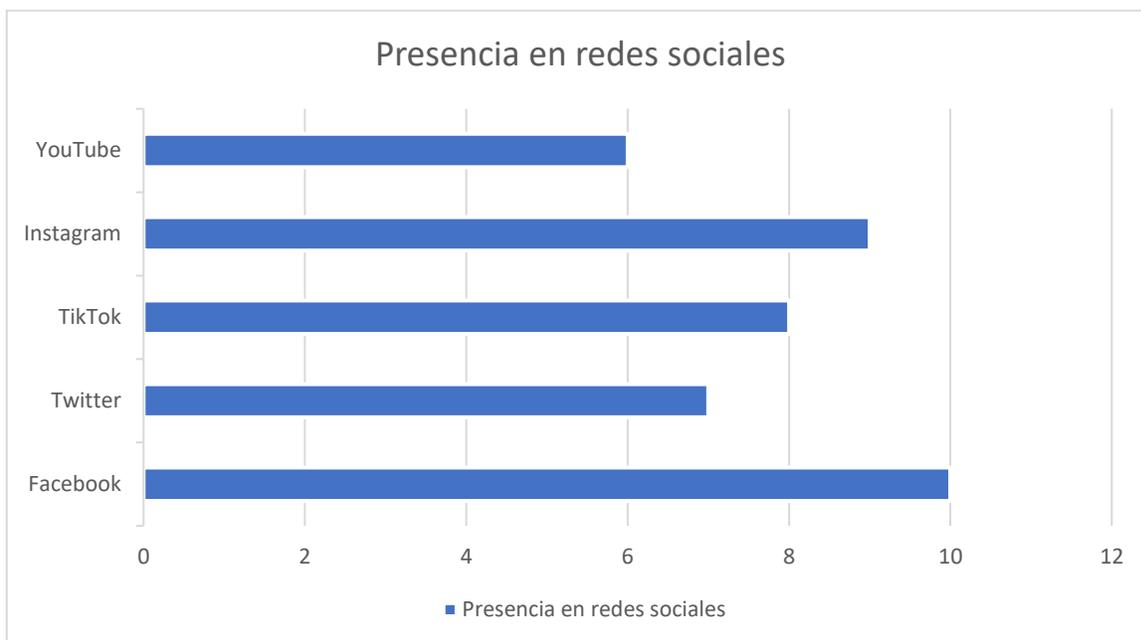
OnlyFans es usada por cuatro streamers: Allison Cazo, Windy, Dannyan y Ari Gameplays. Mientras que Mi Priv lo utilizan Ama Blitz y xLightMoonx. En lo que respecta a Miao es empleada por Milky y finalmente Sunny utiliza la plataforma de Kofi. Los casos de dos de las streamers, Princesa Sysy y Adaxmoon, no se encontró que tuviera una cuenta en ninguno de estos sitios.

OnlyFans fue fundado en el 2016 y en términos de la propia plataforma se definen como “la plataforma social que revoluciona las conexiones entre creadores y fans. El sitio incluye artistas y creadores de contenido de todos los géneros y les permite monetizar su contenido mientras desarrollan relaciones auténticas con su base de fans” (OnlyFans, 2022). Se agrega en el sitio que “OnlyFans ha pagado más de \$ 3 mil millones en ganancias de creadores y se ha establecido como la plataforma de referencia para más de 100 millones de usuarios registrados y más de 1 millón de creadores de todo el mundo” (OnlyFans, 2022).

Parece que la dinámica para muchas de las streamers aquí analizadas es la siguiente: aprovechar la popularidad y el crecimiento que están teniendo en las plataformas de streaming y gaming para darse a conocer, generando una base importante de seguidores, mismos que después buscan trasladar a otras plataformas donde paguen las suscripciones mensuales a cambio del contenido exclusivo. Lo anterior debe de ser considerado por las siguientes razones: si bien, en Facebook Gaming y Twitch hay una monetización por las transmisiones, estas plataformas se quedan con un buen porcentaje de las ganancias por el uso que se hace de sus servicios, por tanto, las streamers no generan tanto dinero en ellas. Mientras que en otros sitios, como OnlyFans o Mi Priv, las ganancias son a través de las suscripciones y éstas tienen un valor más alto que las que paga Twitch. De esta manera hay que tener cuidado a la hora de investigar el presente fenómeno porque es capaz de moverse de una plataforma a otra, variando en cuanto a las características que presenta y aprovechando los recursos que les brindan dichos sitios.

Como ejemplo de lo que acontece en Mi Priv tenemos los casos de Ama Blitz y Ari Gameplays quienes tuvieron cuentas en dichas plataformas, donde subían contenido exclusivo, sobre todo fotografías y videos, donde generalmente aparecían en ropa interior o en posiciones sugerentes y más explícitas que las que muestran en sus *streamings* y perfiles de Facebook. Actualmente sus cuentas están dadas de baja, pero el material que generaron sigue circulando de manera clandestina través de páginas de internet y en grupos de Telegram y WhatsApp, donde hombres lo comparten e intercambian. “¿Cuál es la función sexual de la desnudez en la realidad? Las ropas estorban el contacto y el movimiento. Pero puede parecer que la desnudez tiene un valor visual, positivo y propio: queremos ver al otro desnudo: el otro nos entrega la visión de sí mismo y nosotros nos apoderamos de ella” (Berger, 2016:32).

Gráfico 11



En el gráfico 11 podemos apreciar la presencia que tienen las *streamers* que fueron seleccionadas en las diversas redes sociales, siendo las de uso más frecuente las siguientes: Facebook, Instagram y TikTok. La distinción de estas tres redes sociales es que ofrecen la posibilidad de que el contenido que se cree sea de una naturaleza más visual, al poder subirse fotografías y videos. Como se ha visto los elementos visuales son muy importantes para la construcción y la popularidad de las *streamers*. Como muestra de lo anterior comprobamos que nueve *streamers* tienen una cuenta en Instagram, mientras que ocho de ellas generan contenido en TikTok.

Además de sus transmisiones, ya sean en Facebook Gaming o en Twitch, seis de las *streamers* tienen canales además en YouTube, donde suben sus transmisiones de *gaming* o también generan otro tipo de contenido, por ejemplo, los videos donde contestan las preguntas que previamente les mandan sus seguidores.

Twitter es utilizado por siete de las *streamers* y en esta plataforma hacen anuncios referentes a sus transmisiones, dando cuenta de los horarios en los que estarán en vivo, también anunciando las colaboraciones que harán y otras noticias relacionadas a su actividad en el *gaming*. El uso y la presencia que las *streamers* tienen en estas redes sociales cumple con la función de que sean espacios complementarios donde se promocionan y ganan más seguidores, explotando recursos con los que no cuentan en sus transmisiones de *gaming*. Por ejemplo, con la posibilidad de mostrar más partes de sus cuerpos, al hacer videos bailando

coreografías en TikTok, práctica que es más difícil de realizar cuando están en una transmisión en la que permanecen mucho tiempo sentadas jugando videojuegos. Las transmisiones de las streamers tienen una duración aproximada de cinco horas y los videos de baile que generan son de apenas unos minutos, siendo la función principal cazar miradas de manera rápida y eficaz. Cada vez son más frecuentes los usuarios que las empezaron a seguir porque vieron primero sus videos en TikTok, Facebook o Instagram.

En este punto surge la pregunta, ¿por qué cada vez es más frecuente que las mujeres pasen de la plataforma de TikTok a realizar *streamings* en Facebook Gaming o Twitch? La respuesta tiene que ver con la monetización, en TikTok es más difícil generar ingresos y comparados con los que se pueden obtener en Facebook Gaming son menores. TikTok es más una plataforma que usan para promocionarse y consolidar su base de seguidores. Es necesario apreciar que TikTok es una plataforma importante para las streamers: ya sea cuando están empezando a darse a conocer o cuando han sido dadas de baja de otros sitios por la censura. En ese sentido, TikTok es una red social con pocas restricciones, por tanto, es permisiva y flexible con los contenidos, no tienen nada equivalente a un código de vestimenta para las creadoras de contenido, a diferencia del que desarrolló Twitch. Los recursos que ofrece TikTok permite que se muestren videos cortos, en ellos las streamers bailan, hacen bromas y desafíos, actividades que no podrían ser exhibidas en el formato de las fotografías.

Respecto a la cuestión de los bailes, una situación paradigmática es la de Ari Gameplays, que realiza uno cada que un usuario se suscribe a su canal de streaming y también cuando le donan cierta cantidad de estrellas. La streamer ha nombrado a su baile como “Papure”, esto debido a que la fonética de la pista parece que dice reiteradamente esa palabra, aunque en realidad se trata de una canción de Maroon 5, Maps, que ha sido editada, haciendo que se repita una y otra vez en la parte que dice “I was there for” y se le ha aumentado la velocidad de reproducción y el ritmo. El baile que realiza la streamer no es espontaneo, en el sentido de que sean aleatorios sus movimientos, por el contrario, Ari Gameplays ha elaborado toda una coreografía para ejecutarlo, que consiste en mover los brazos como si se tratara del movimiento de una ola, después pone los dedos sobre su cabeza, simulando que son unas orejas, en el tercer momento sus dedos se mueven en los hoyuelos de sus mejillas, en el cuarto paso con sus manos forma un corazón y finalmente regresa a la posición de las orejas. Como

vemos la coreografía del Papure está puesta sobre todo en los movimientos de brazos y dedos, porque acontece en el contexto de las transmisiones de gaming; para sus videos en TikTok la streamer baila más suelta, con mayor libertad de su cuerpo, al no verse limitada por estar sentada, llegando a realizar saltos y movimientos de cadera.

En una entrevista que le realizó el youtuber mexicano Escorpión Dorado, Ari Gameplays relata que le “han regalado hasta trescientas subs, trescientas veces lo he hecho, cincuenta veces seguidas, comprometida con mi trabajo¹⁴” (Ari Gameplays, 2021), diciendo que el sentido de hacer el Papure es como una forma de agradecimiento y retribución para sus usuarios. En la misma entrevista, su hermana, la streamer Ama Blitz, expresa que “yo sólo pongo una canción que le dicen el Uh na, na, na, pero yo no tengo una coreografía tan avanzada como ella, yo solamente ahí lo que salga (Ama Blitz, 2021).”

SOBRE LA ESTÉTICA DE LAS BOOBSTREAMERS

El streaming es un fenómeno digital compuesto por la exhibición de una inmensidad de imágenes. Según datos de Facebook “las transmisiones en alta definición se retransmiten en 1800 p a 60 fps” (Facebook, 2022). La letra p es la abreviación de la palabra pixel, que son “cada uno de los elementos que forman una imagen digital [...] Acrónimo de picture elements” (Gubern, 1996:185), mientras que fps quiere decir fotogramas por segundo. Lo que significa que en una transmisión de streaming, un usuario ve por lo menos 1800 pixeles distribuidos en 60 fotogramas o cuadros de imágenes por segundo, teniendo en cuenta que una transmisión habitual de streaming puede durar más de cinco horas. Investigaciones acerca de la percepción como la de Read y Meyer han concluido que los ojos humanos pueden mirar de 10 a 12 imágenes separadas por segundo; reteniendo cada imagen individual una quinceava parte de un segundo; si el número es mayor a este rango, los ojos empezarán a percibirlo como movimiento (Read & Meyer, 2000:24), siendo ese, de hecho, el principio de la cinematografía.

En las streamers que fueron seleccionadas para el presente estudio encontramos una constante, la cuestión que tiene que ver con la exhibición, directa o indirectamente, de sus senos; generalmente por medio de escotes pronunciados o de ropa entallada, ya sea en las

¹⁴ PelucheEn ElEstuche. “Ari Gameplays y Amablitz con el Escorpión #alVolante. BAILES, VIDEOJUEGOS, ORIGEN y SALSEO” 22/junio/2021. [Video] <https://www.youtube.com/watch?v=-6-a6x-S3U&t=29s>

transmisiones que realizan o en las fotografías y videos que suben en sus redes sociales. Dicha característica es tan distintiva para el fenómeno que hasta ha sido nombrada por otros streamers y seguidores de las transmisiones, refiriéndose a las mujeres que realizan dichas prácticas como “boobstreamers”.

En el estudio *Significado social atribuido a los senos y su influencia en el autocuidado en jóvenes universitarias*, se concluye que “los senos femeninos han sido considerados como símbolo de belleza, erotismo, sexualidad, reproducción y afectividad, por lo que su deformación o pérdida es equivalente a la pérdida de la atracción sexual, de la feminidad” (Lapeira, Acosta & Vásquez, 2016). Vemos que la importancia de los senos está puesta en la construcción y apuntalamiento de un elemento que es distintivo de las mujeres en su anatomía y relieves con respecto a la de los hombres, siendo uno de los pilares físicos para denotar y expresar a la feminidad. La cuestión de los senos no sólo marca una distancia con respecto a los hombres, también con las propias niñas, ya que es una especie de prueba biológica que anuncia que una mujer ha crecido, pues su cuerpo ha cambiado. Gubern escribe que “el argumento de que el pubis depilado sugiere que la mujer es una niña y estimula la fantasía masculina del estupro de una mejor es de valor dudoso, pues los restantes rasgos de la mujer (sus pechos o su rostro) suelen desmentir esta presunción, aunque puede ser válida con mujeres de rostro aniñado y pecho escaso” (Gubern, 2005:57). En este punto lo que podríamos rebatir a Gubern es que no se trata necesariamente siempre de una fantasía de estupro con una menor, sino de la producción de una fantasía a través de la construcción de una mujer que muestre un rostro joven, a la par que posee un cuerpo que es provocativo y voluptuoso para la mirada masculina, es decir: la combinación de dos aspectos, la juventud cándida y la sexualidad de la madurez.

En las streamers la cuestión de los senos está presente como una manera de no sólo mostrar feminidad, además sexualidad, una que además busca ser lo más expandida posible, haciendo lucir su busto lo más grande posible y con esto cazar las miradas y obtener la atención de los seguidores masculinos. Ari Gameplays en su entrevista con el youtuber Escorpión Dorado declaró lo siguiente “uso escote siempre que puedo” (Ari Gameplays, 2011). Los ángulos de la cámara que utilizan las streamers logra que ellas ocupen el mayor espacio de la toma y lo que se aprecia de sus cuerpos es la parte de las caderas hacia arriba, dejando generalmente al centro la zona de los pechos. Referente a las fotografías, suele ser un ángulo recurrente el

que la cámara se ubique en la parte superior logrando que se aprecie la caída de los senos de las streamers y luzcan más prominentes. También se explota este recurso desde la ropa, siendo frecuentes en las streamers el uso de prendas que dejan al descubierto la parte superior del pecho, logrando con esto que la mirada del usuario se centre en este espacio que se abre entre su ropa.

En las transmisiones el contacto visual que las streamers mantienen con su audiencia es muy importante para que puedan reafirmar el elemento de la interacción. Las streamers constantemente dirigen sus miradas hacia sus cámaras, creando una ficción de intimidad, como si se dirigieran de manera personal a cada uno de los seguidores de la transmisión. “Y la no infrecuente mirada de la mujer al objetivo de la cámara (trasgrediendo con ello un código dominante en el cine narrativo tradicional) busca el efecto de complicidad con el espectador, para introducirlo psicológicamente en el espacio virtual de su escena” (Gubern, 2005:57). La mirada y los ojos de la streamer ocupan un lugar importante en el fenómeno y por tanto están dentro de la estética que se produce en las transmisiones. Respecto al maquillaje de los ojos está presente el uso de las sombras, los brillos y los delineados, que logran el efecto de que los ojos de las mujeres se vean más grandes y expresivos, asegurando un mayor efecto en la sensación de la intimidad. “A veces esta interpelación al mirón va acompañada de una sonrisa, o de un movimiento provocador de la lengua. El efecto de la mirada se potencia eficazmente en las modelos de ojos claros, pues su excitación se hace patente en la dilatación de sus pupilas” (Gubern, 2005:57). Lo que respecta a los ojos no sólo se queda en una cuestión de su maquillaje, también en el uso de lentes de contacto, que lejos de mejorar la visión de quien los porta, lo que hace es que las pupilas se vean dilatadas, como si se trataran de los personajes de los propios videojuegos o de las caricaturas japonesas, llamadas *anime*.

Imagen 29



Windy. "Soy Ankha, sírveme y reviviré alguien por tí. A quién eliges? Ankha revela más en mi OF Ve". 03/noviembre/2021. [Fotografía]. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=443149260501322&set=a.280780776738172>

También es frecuente en las streamers el uso de lentes que cambian el color de sus ojos, en tonos poco usuales y exóticos. Hay toda una construcción del deseo, donde algunas mujeres que realizan gaming a través del streaming buscan encarnar o al menos parecerse a los personajes fantásticos. Muchas de las streamers aquí analizadas realizan sus transmisiones haciendo cosplay, es decir, disfrazándose de los personajes de la fantasía. En la fotografía podemos apreciar a la streamer Windy, que está usando una peluca de color azul. Se aprecia el uso de los lentes de contacto que cumplen con las dos funciones anteriormente descritas: la de dilatar la pupila, haciendo que se vean más grandes y el cambio del color de su iris, siendo en este caso de color azul. La mirada de Windy es directamente hacia la cámara, estableciendo un contacto visual con aquel que mire la imagen, dando la sensación de que los ojos de la streamer corresponden con los ojos de aquel que esté mirando la fotografía, "se

conserva la implicación de que al tema (una mujer) es consciente de que la contempla un espectador [...] Ella mira hacia atrás, hacia nosotros, que la miramos” (Berger, 2016:28).

En esta fotografía Windy está realizando cosplay, simulando ser un personaje de ficción, asistimos a la creación de una mujer que no existe más allá del espacio digital, una mujer fantástica que tiene orejas de animal, cabello de color azul, accesorios que remontan a la mitología egipcia, unas poses que simulan ser las de un gato y un atuendo que difícilmente podríamos ver en una persona que camine por la calle luciendo de esta manera, quizá sólo en contextos muy específicos.

La tiktoker estadounidense conocida como Onigiri.nana tiene más de 2.5 millones de seguidores y se dedica a subir videos con tutoriales de maquillaje, en uno de ellos muestra cómo lucir como una e-girl, término que en español podríamos traducirlo como chica que juega video juegos y está relacionada con las redes sociales y la vida electrónica. Esto es lo que dice mientras se va maquillando:

Esto es tan falso. La ilusión e-girl requiere de tres cosas: delineador, un contorno de nariz fuerte/sólido y no tener ganas de vivir, jaja. No estamos buscando que se vea real, buscamos la ilusión, lo falso. Puente, puente. Limpia los lados. Delineador blanco grueso al principio y delgado hacia el final y en la punta de la nariz. Después, una cantidad extrema de rubor. Hora del delineador. Literalmente cualquier trazo en forma de ala sirve. [...] Mientras más grueso, mejor. Se ve bien, pero aún no es suficiente, jaja. Cualquier trazo para las pestañas inferiores sirve. Momento lindo/tierno de esquina interior del ojo. [...] Podemos ponerle pestañas postizas. Sellamos la cara con polvo. Agregamos unos toques finales. Todo es falso. (Onigiri.nana, 2021).

Las imágenes que generan no buscan ser un reflejo de la realidad, de hecho, todo lo contrario, si no son sus retratos ni sus representaciones, lo que hay es la propuesta y la construcción de una realidad que ha sido producida y que por lo mismo luce más atractiva que la propia realidad, creando desde ese punto la imagen y la idea de una mujer que no existe en el mundo físico, pero sí en el digital, apelando hasta a elementos fantásticos, al introducir, por ejemplo, diademas que simulen ser orejas. De esta manera vemos que no se busca retratar a lo real, sino producirlo, esto desde la fantasía de que es posible que exista una mujer como las que aparecen en los videojuegos y las caricaturas.

La estética que construyen las streamers está cimentada en algo más que mostrar sus escotes, hay un segundo elemento, que no niega al primero sino que lo reafirma: buscan denotar cierta juventud. Siendo un movimiento dialéctico que transita entre los rostros cándidos y tiernos de mujeres jóvenes, “el rostro de la mujer en primer plano (sede de la expresividad y de las

emociones” (Gubern, 2005:34) que al mismo tiempo muestran cuerpos sexualizados, donde aparecen escotes muy pronunciados y vestimentas que incluyen corsés, ligeros y arneses. Resulta contrastante la aparición de mujeres con cuerpos que denotan sexualidad y erotismo usando como escenarios y fondos cuartos que incluyen peluches, muñecos coleccionables, paredes pintadas en tonos pasteles, como el azul y el rosa.

Imagen 30



xLightMoonx. “UwU ♥”. 14/mayo/2021. [Fotografía].

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=281626043630799&set=pb.100053502153541.-2207520000..&type=3>

Como ejemplo tenemos a xLightMoonx que muestra un rostro juvenil que se enmarca bajo un cabello que supera la altura de sus hombros y que está peinado con coletas. Podemos verla usando una falda a cuadros, mientras ella realiza una pose con ambas manos, estirando los dedos, a la par que gesticula, simulando lanzar un beso, al juntar sus labios. En el escenario, de fondo, aparece toda una parafernalia relacionada a los videojuegos, se aprecia un peluche de color azul. La iluminación del cuarto es en tonos rosas. La fotografía se toma ubicada en lo que parece ser un cuarto, lo que provoca una sensación y sentido de privacidad, ya que es

un interior. Frente a estos elementos del fondo, xLightMoonx se muestra como una mujer que luce provocativa desde las prendas que usa: un escote pronunciado que delinea la figura de su pecho, cubierto por un corsé negro ajustado y con unas cadenas.

Al analizar el encuadre podemos apreciar que ella está en el centro, mirando hacia la cámara. Los ojos están maquillados, hasta las partes inferiores, las que están cercanas a sus mejillas, con tres líneas blancas de cada lado. El uso del delineador se hace presente. Juan Rey y Manuel Garrido hacen la distinción entre erotismo y pornografía, terminando por ubicar a la publicidad en el primero de los ámbitos referidos, esto porque “el sexo explícito resultaría vulgar y, a la postre, polémico, justo por ese rechazo y esa crítica. Debido a ello, aunque la publicidad elabora un mensaje con una gran carga sexual, jamás supera ciertos límites. Es decir, la publicidad construye un discurso impregnado de sexo, pero de un sexo aceptado socialmente”. (Rey & Garrido, 2007:889).

En el fenómeno de las boobstreamers, centradas en las transmisiones, encontramos elementos similares: fotografías, videos y dinámicas con gran carga sexual, pero sin terminar por caer en lo explícito, hay una frontera que no es superada al menos en las plataformas de streaming, ya sea por la censura de las plataformas o por el desagrado de los usuarios a lo explícito. En las plataformas donde generan contenido exclusivo estos límites se relajan y se trasgreden más. En lo que respecta al sexo parece que no hay nada que genere más interés que lo que es sugerido, es decir la pose de un descuido, la inocencia de un movimiento involuntario, en el que muestra de más, un pequeño gesto, una mirada o una provocación. Como se revisaba en la cita anterior: lo que es abiertamente explícito suele generar rechazo por considerarse vulgar, aunque eso no significa que deje de tener un público que lo busque y consuma.

Si bien las streamers que han sido presentadas en el presente trabajo de investigación hacen transmisiones usando ropa entallada o en algunos casos escasa, donde la posición central está puesta desde un ángulo que toma un escote pronunciado y ellas mismas aceptan hacer ciertos desafíos de los usuarios a cambio de monedas virtuales, como realizar sentadillas o bailes, no terminan nunca por desnudarse en sus transmisiones, ni enseñan completos los pechos ni tampoco los genitales. Siendo esa la frontera que no traspasan al menos en lo que acontece en sus plataformas de streaming, porque ocho de las diez streamers que fueron seleccionadas tienen cuentas en otros sitios de contenido exclusivo como Onlyfans y Mi Priv, donde pueden mostrar de maneras más explícitas sus cuerpos.

Freund escribe que “el gusto no es una manifestación inexplicable se forma en función a unas condiciones de vida muy definidas” (Freund, 1983:7), la estética de las streamers no es azarosa, distinguimos de manera reiteradas largas cabelleras lacias, tonos de piel que son claros, cuerpos curvilíneos, que se explotan a través de los escotes y maquillaje principalmente en la zona de los ojos y accesorios en los escenarios y fondos que denotan todo el tiempo juventud, como muñecos coleccionables o peluches. Desde esta perspectiva es paradigmática la siguiente comparación de fotografías que hace una de las propias streamers, dando cuenta no sólo del paso del tiempo, una foto es del 2017 y la otra del 2021, también dando cuenta de las propias transformaciones por las que ha pasado su cuerpo, con esto nos referimos a lo que la propia Ari Gameplays relata al aceptar en algunas de sus historias de Instagram que se ha sometido a operaciones y cirugías de orden estético, haciéndose una rinoplastia, la bichectomía y una reducción de busto, procesos estéticos que aún no ha terminado porque declara que quiere “convencer a sus papás para la dejen hacerse lipo de cachetes y de panza pero no la dejan” (Ari Gameplays, 2020).

En otra de sus historias Ari Gameplays comenta que “la razón principal de eso es que cuando tienes el pecho un poquito grande te ves como más ancha de arriba y mi tirada es verme más flaca, entonces quería ponerme una bubis chiquitas y redonditas” (Ari Gameplays, 2020), vemos que hay una intención manifiesta de lucir más delgada, sobre todo del rostro, y aunque la reducción que se hizo fue de busto, la intención no fue desaparecerlo, sino darle una forma más estética.



iSoporte Sandoval. "Arigameplays Nos habla sobre sus operaciones..." 19/agosto/2020. [Video]
<https://www.youtube.com/watch?v=2QeNhRyih1w>

En el comparativo de las fotografías que hace la propia Ari Gameplays no se aprecia significativamente más delgada, sino que se ve más pronunciada una estética curvilínea; por tanto, el ideal de ser más delgada no está en contra de los senos ni los glúteos, que son de las primeras partes del cuerpo que se empiezan a reducir cuando una persona decide bajar de peso, el ideal de la delgadez está puesto en la zona del estómago y el rostro, ¿por qué no en los senos y glúteos? Porque estos están sexualizados, convirtiéndose en las zonas del cuerpo de las mujeres que generan deseo e interés desde la mirada masculina. Además de que en ellos simbólicamente reposa la idea de la feminidad, al ser las partes del cuerpo distintivas que reafirman y distinguen a una mujer de un hombre.

El modo esencial de ver a las mujeres, el uso esencial al que se destinaban sus imágenes, no ha cambiado. Las mujeres son representadas de un modo completamente distinto a los hombres, y no porque lo femenino sea diferente de lo masculino, sino porque siempre se supone que el espectador "ideal" es varón y la imagen de la mujer está destinada a adularle. (Berger, 2016:35).

Berger tiene sus reservas de que las diferencias entre las imágenes de los hombres y de las mujeres obedezca a una mera cuestión de los relieves de sus cuerpos, en todo caso argumenta

que tiene que ver con el uso que se le da a dichas imágenes y a los consumidores de ellas, siendo una larga tradición histórica donde los productores, aún de las imágenes de las mujeres, han sido hombres y también el público que las mira.

Referente al cabello de las streamers este suele ser largo, lo que significa que llega más allá de la altura de sus hombros. De las diez streamers que fueron seleccionadas ninguna tiene el cabello corto, esto podría explicarse con base a que el cabello largo en occidente tiene una larga tradición como elemento que demuestra y expresa la feminidad de las mujeres, en contraste del de los hombres, que desde el deber ser masculino exige que lo usen corto. En general las streamers traen el cabello suelto, pero también pueden peinarlo con coletas, como es el caso de xLightMoonx. Otra característica importante referente a su cabello es que suele ser lacio, ocasionalmente puede estar ligeramente ondulado, pero nunca completamente rizado. El color suele ser negro o castaño. Milky es la única de las streamers que es rubia. También es frecuente el uso de pelucas, que generalmente están en colores más estridentes, como verde, rosa o azul. Parece que la función de las pelucas es la de construir una imagen más cercana a los elementos fantásticos, asimilarse a los personajes de los videojuegos de los que realizan transmisiones.

En las diez streamers encontramos una constante: el tono de su piel es claro. Todas las streamers son de origen latinoamericano, pero ninguna luce un tono que sea moreno u oscuro. Este elemento además puede tener que ver con el uso de los múltiples filtros de las aplicaciones, como los que ofrecen Instagram y TikTok o de las plataformas como Facebook, además de la iluminación que utilizan las streamers para realizar sus fotografías y transmisiones. Podemos establecer distintas lecturas en torno a esta característica, atendiendo, a que, por ejemplo, en el deseo de quererse asimilar a los personajes fantásticos, en los videojuegos hay todavía muy poca representación de diversidad cultural humana, es decir: la gran mayoría de los personajes suelen ser occidentalizados, siendo caracterizados con tonos claros. Pero también es posible que opere algún tipo de prejuicio manifiesto en ellas, donde el tono de piel claro es más valorado, en función de un aspecto colonizador, donde lo europeo se ha impuesto como el ideal de belleza. Estos prejuicios no sólo operan en las streamers también en sus seguidores.

IDEAS REGULATIVAS EN TORNO A LAS MUJERES Y SU SUPUESTA CLASIFICACIÓN

Hay todo un ideal de la belleza construido alrededor de las mujeres y aún más allá, hay una serie de ideas en torno a las propias mujeres, donde se establece que las mujeres deben ser bellas, que tienen una relación con la belleza, en ese sentido cabe recordar lo que expresa Freund: “la importancia de la fotografía reside en el hecho de que es uno de los medios más eficaces de moldear nuestras ideas y de influir en nuestro comportamiento” (Freund, 1983:8).

Mirada masculina [...] Se trata de una estructura o sistema que, sobre la base de la diferencia sexual masculino/femenino, determina la mirada o el punto de vista. En esta estructura dicotómica, el hombre se ubica en el polo activo de quien mira y la mujer en la posición pasiva de ser observada. A través de esta perspectiva, Mulvey propone que en la pantalla la mujer o lo femenino se constituye como “fetiche” o como pura imagen (González Narvarte, 2019).

La mirada masculina no sólo ha usado las imágenes de las mujeres para poder consumirlas, como hemos visto también ha producido históricamente esas propias imágenes, usándolas como modelos o como inspiración, de manera más puntual como objetos pasivos, de esta manera han producido su representación no sólo visual, también simbólica, creándose la idea de lo que una mujer es, “su propio sentido de ser ella misma es suplantado por el sentido de ser apreciada como tal por otro” (Berger, 2016:26).

Los hombres actúan y las mujeres aparecen [...] Esto determina no sólo la mayoría de las relaciones entre hombres y mujeres sino también la relación de las mujeres consigo mismas. El supervisor que lleva la mujer dentro de sí es masculino: la supervisada es femenina. De este modo se convierte a sí misma en un objeto, y particularmente en un objeto visual, en una visión (Berger, 2016:27).

La creación de una imagen no es un acto neutro, de fondo se articula desde todo un ideario, que incluye hasta un deber ser, de cómo deberían de lucir y actuar las mujeres, de cuáles son los estándares de belleza a los que deberían aspirar. En otras palabras: crear la imagen de las mujeres implica también responder a la pregunta de qué es una mujer, en ese sentido la mirada masculina las define y hasta las cataloga, cargándolas simbólicamente de sentido. La creación de la idea de cómo debe de ser una mujer es bastante distante, pero sigue operando de manera vigente y la podemos rastrear en la propia mitología cristiana:

Eva encarna el peligro femenino, que la misoginia medieval se encargará de evocar una y otra vez mediante el travestismo del diablo en muchacha, la serpiente tentadora con rostro de mujer, la larga cabellera de la Magdalena arrepentida de la lujuria como una figura con cuerpo femenino, éstas son algunas de las imágenes que a lo largo de la historia del arte nos han enseñado que la naturaleza de las mujeres es esencialmente pecadora. Frente a este modelo, el inalcanzable de María, que, para conseguir el beneplácito de Dios, la reconocida pureza cristiana, ha de negarse a sí misma, ha de quedar en blanco, inmaculada: sin cuerpo, sin identidad, sin familia (Mayayo, 2003:143).

Así podemos entender cómo se crea no sólo la imagen, también la idea de las mujeres a través de una gran división que busca clasificarlas y reducirlas a dos modelos: las inmaculadas madres que merecen todo el respeto y consideración y las mujeres lúbricas, más cercanas al cuerpo, por tanto, al deseo y la sexualidad. Dicha dicotomía que pretende clasificar a las mujeres ha sido caracterizada de maneras muy diversas y con sus respectivos matices en las diferentes tradiciones culturales y momentos históricos. Sobre esta construcción simbólica, Toya Legido agrega:

Si revisamos la historia de las imágenes podemos encontrar que éstos dos modelos binómicos de mujer basados en María y Eva todavía perduran en muchas representaciones femeninas. Seguimos usando la misma iconografía: largas cabelleras, velos, manzanas, túnicas, desnudos... Para definir y diferenciar la bondad y la maldad femenina. Iconos, que, en definitiva, no encierran otro contenido que la tentativa por reprimir y controlar la sexualidad femenina (Legido, 2004:3).

Por ejemplo, en el siglo XVI, donde acontecieron profundas transformaciones que marcaron la historia de la humanidad, sobre todo aquellas derivadas del choque entre diferentes culturas: por ejemplo, las que venían de Europa frente a las que habitaban en el continente, que tiempo después fue conocido como americano. Dichos encuentros no fueron neutros ni pacíficos, todo lo contrario, implicaron una serie de procesos que desembocaron en la dominación violenta de los pueblos originarios de estos territorios. Además de mezclas entre dos (o más) modos de vida y la destrucción irreparable del patrimonio y de formas únicas de entender y experimentar al mundo. Lo anterior influyó en todos los sectores sociales, desde lo económico y lo político, hasta lo simbólico y lo práctico. Obviamente también las formas de representar a las mujeres y de definir a lo femenino en esta época se vieron influenciadas y trastocadas por la fuerza de estos procesos macrosociales.

Las mujeres indígenas, pese al proceso colonizador, conservaron algunas de sus ideas y sistema de creencias, de esta manera mostraron resistencias frente algunos elementos que les eran impuestos, por ejemplo, la concepción del pecado a través de la actividad sexual. Moya

Honores recupera una historia maya, de la región de Yucatán, donde aparecen dos personajes femeninos:

La “X Kában” “la pecadora”, era una mujer que tenía amoríos con varios hombres, mas era noble, caritativa y hacia el bien. La “Utskoólel” era una mujer casta y pura, pero mezquina y de mal corazón. Al morir estas dos mujeres, el cuerpo de la “X Kában” despidió un agradable aroma y su tumba se cubrió de flores silvestres, mientras que el cuerpo de la “Utskoólel” despidió un pútrido olor. Después de muertas, ambas mujeres se transformaron en flores, la primera se transformó en una flor aromática y dulce y la segunda en la flor de un cactus seco y espinoso (Moya, 2007:106).

¿Qué significa la historia anterior? Moya Honores explica su sentido al mencionar que “una mujer virtuosa no se refería (ni reducía) a una mujer casta, sino a una de buen corazón y, en consecuencia, hace patente que en esta sociedad lo femenino y la sexualidad no se encontraban necesariamente teñidos o cargados de connotaciones y significados negativos” (Moya, 2007:106). Aquí vemos una diferencia importante entre las concepciones e ideas mesoamericanas frente a las españolas, ya que para los primeros la actividad sexual no era un aspecto relevante en la consideración que tenían acerca de lo que consistía ser una “buena mujer”. El cuerpo, para los pueblos mesoamericanos, no estaba cargado simbólicamente bajo términos negativos; como sí sucede en la tradición occidental, donde es concebido, desde los tiempos de Platón, como la cárcel del alma, el lugar de lo humano que es corruptible, engañoso y perecedero.

La colonización que ejercieron los españoles no se limitó a un ámbito meramente político y de explotación territorial, fue también una dominación en términos ideológicos, religiosos y un control sobre los cuerpos y las ideas en torno a estos, aún desde la propia sexualidad. Esto último Cangas Arreola sostiene que se logró principalmente por medio de dos métodos: “la confesión y el matrimonio” (Cangas, 2006:18). El matrimonio, bajo los términos españoles, lo que vino a instituir fue la noción de la fidelidad, entendiendo por ella una exclusividad sexual de las mujeres con sus maridos, y aunque de forma ideal también los hombres debían de ser fieles a sus esposas, en la práctica no se cumplió, pues desde la idea de lo que un hombre debía de ser estaba precisamente el que fuera viril, es decir que mostrara su potencia y desempeño sexual manteniendo múltiples encuentros sexuales con diferentes parejas; mientras que de las mujeres se esperaba y demandaba que fueran pasivas, obedientes y sumisas. Por eso el matrimonio fue más restrictivo con las mujeres que con los hombres. Respecto a la confesión, Cangas Arreola, siguiendo a Michel Foucault, la menciona como

“aquella tecnología que sanciona la carne y el cuerpo mediante la culpa, la introspección y la autovigilancia, no sólo en la práctica sexual sino también en el pensamiento, los deseos, las sanciones, palabras, etc.” (Cangas, 2006:20). De esta manera, sumándose a la propia educación religiosa, la idea de que el cuerpo, sobre todo el de las mujeres, era un espacio dispuesto para el pecado, se fue consagrando.

Bajo diversos motivos y propósitos, entre ellos el de regular el comportamiento de las mujeres al servirles como ejemplo de la mujer ideal, surgió la imagen de la Virgen de Guadalupe, una versión mestiza de la madre de Dios. Misma que todavía es considerada un símbolo de la identidad mexicana y es venerada por muchos mexicanos. La Virgen de Guadalupe representa a la madre perfecta: una mujer abnegada y sobre todo pura, que concibió al hijo de Dios, sin tener que sostener prácticas sexuales. La pureza sexual fue una de las características en las que se hizo mucho hincapié en la construcción de la femineidad. Las prácticas sexuales, desde esta visión occidental del mundo, tuvieron una concepción desde una función reproductiva, por eso se relegaron únicamente al ámbito del matrimonio para que fueran aceptadas y bien vestidas, las prácticas sexuales que tenían como propósito y fin el placer fueron asumidas y clasificadas como reprochables y pecaminosas. Apunta Gisela von Wobeser que la pureza sexual fue un elemento determinante para que la Virgen de Guadalupe fuera representada, a diferencia de otras vírgenes marianas, como La Virgen en la Gloria de Berlín o La Virgen del Rosario, sin estar acompañada del niño, su hijo “los franciscanos evangelizadores de las primeras generaciones, fieles a los preceptos de su orden, propagaron esta creencia en la Inmaculada Concepción de María entre los indígenas recién convertidos, por medio de la predicación, la doctrina y las imágenes” (von Wobeser, 2015). La cinta de color negro es un elemento simbólico que da cuenta del estado en el que fue representada esta virgen: estando embarazada, además de que en la pintura se le aprecia con un vientre ligeramente abultado.

La pintura de la Guadalupana se realizó con el propósito de sustituir las imágenes del santuario de Cihuacóatl, para reorientar el culto que se le tributaba hacia la Virgen María. Transformar lugares de culto paganos en recintos cristianos era una práctica común que databa desde los inicios del cristianismo (von Wobeser, 2015).

Las imágenes y los elementos religiosos en la colonización jugaron un papel muy importante, porque, como se muestra en la cita anterior, al remplazar a las deidades indígenas por las divinidades cristianas se facilitó la conversión y la asimilación de la cultura dominante; y una

vez logrado este proceso, les sirvió de ejemplo e ideal regulativo del comportamiento a los nuevos cristianos. Eso explica por qué la intención de mostrar a la Virgen de Guadalupe estando embarazada: para reforzar la idea de que la actividad sexual fuera del matrimonio era un pecado. La colonización más desarrollada es aquella que no tiene que ser obligada, sino que termina por ser aceptada e interiorizada por las personas que fueron dominadas, en ese sentido la Virgen de Guadalupe facilitó la identificación de los indígenas con el nuevo culto religioso y la cultura española, porque veían en esta imagen elementos de ellos mismos, que no encontraban en las vírgenes europeas, que eran rubias, de tez blanca y ojos azules. En oposición a la Virgen de Guadalupe y a todo lo que representa, la buena mujer; en el imaginario colonial de la Nueva España hay otro personaje vino a cumplir la función de servir como su antítesis, la representación de la mala mujer. Este rol fue asignado y atribuido a la Malinche, *Malintzin*, en náhuatl, o Doña Marina, como fue bautizada y conocida después. Históricamente fue una mujer indígena, al parecer oriunda de Veracruz, que sirvió de traductora y consejera de Hernán Cortés, aunque estos trabajos que brindó no fueron plenamente voluntarios, ya que fue ofrecida a los españoles como una esclava junto con otras mujeres. La Malinche, además de servir a Hernán Cortés, tuvo también un hijo con él que fue llamado Martín, siendo uno de los primeros mestizos. “La historia oficial describe a la Malinche como una traidora de su nación, aún cuando esa nación -México- ni siquiera existía en ese entonces. La Malinche es la imagen de una criatura sexual cuya condición seductora llevó a su civilización a la ruina” (Bartra, 1987).

La Malinche ha sido considerada tradicionalmente como una mujer traicionera y esta idea ha perdurado y sobrevivido en el lenguaje actual, todavía se utiliza la palabra “malinchismo”, con plena referencia a la Malinche, para describir a las personas que prefieren a lo extranjero o lo que viene de fuera, en lugar de aquello que les pertenece y de lo que forman parte, conducta atribuida y encarnada en esta mujer.

“La dualidad Guadalupe-Malinche, constituye dos caras emblemáticas de esa sexualidad femenina de la cultura mexicana: la madre, pura y virgen, y la prostituta, voluptuosa y traicionera” (Cangas, 2006:21). Esta oposición en torno a lo femenino, desde el ámbito de lo sexual, sirvió para construir el discurso y una serie de ideas e imaginarios que determinaban de manera muy estrecha y esquemática cómo debería de ser y de actuar una mujer. Agregándose la variable de la actividad sexual desde los tiempos coloniales, misma que

actualmente sigue siendo muy importante en la valorización polar y reduccionista que busca clasificar y distinguir entre las buenas y las malas mujeres: aquellas que ejercen su sexualidad y no están reguladas por la institución del matrimonio serán ubicadas en el segundo punto.

Si revisamos las imágenes y las fotografías de las streamers podemos comprobar que no se ubican del lado de las figuras de las vírgenes, ya que no corresponden ni con la imagen ni con la idea simbólica de la madre, ninguna se ve maternal y tiene sentido porque de hecho ninguna tiene hijos. Las streamers se ubican visual, y simbólicamente, desde el ámbito del cuerpo y la sexualidad. La divisoria simbólica que ha sido creada no sólo ha permitido clasificar y reducir a las mujeres a dos moldes sumamente estrechos, también ha facilitado el consumirlas a través de sus representaciones, al establecer que hay mujeres que despiertan el deseo sexual de manera intencional en detrimento de aquellas que deben de ser veneradas en tanto que entregadas madres, “los hombres examinan a las mujeres antes de tratarlas. En consecuencia, el aspecto o apariencia que tenga una mujer para un hombre puede determinar el modo en que este la trate” (Berger, 2016:26), la mirada masculina crea una especie de discurso que sirve de justificación donde es legítimo y válido para los hombres el poder sexualizar a las mujeres.

EL FUNCIONAMIENTO DEL PODER

Uno de los autores clave para entender la cuestión del poder es Michel Foucault. La primera pista que tenemos acerca del poder se encierra en la siguiente aseveración: “el poder no es una sustancia. Tampoco es un misterioso atributo cuyo origen habría que explorar. El poder no es más que un tipo particular de relaciones entre individuos” (Foucault, 1990:160). Agrega filósofo francés: “el poder es realmente el despliegue de una relación de fuerza, más que analizarlo en términos de cesión, contrato, alienación, o, en términos funcionales de mantenimiento de las relaciones de producción, ¿no debería ser analizado en términos de lucha, de enfrentamiento, de guerra?” (Foucault, 1980:135) ¿Qué quiere decir esto? Que, si no es algo, el poder no se puede poseer; es decir: el poder no es la espada ni la corona del rey, ni tampoco habita en dichos objetos, porque no es externo de los sujetos, es en todo caso inmanente, es decir constitutivo de ellos mismos. Si el poder no se posee porque no es de una naturaleza exterior, lo que se hace es ejercerlo, es decir ponerlo en práctica, realizarlo. El análisis que hace Foucault del poder parte desde una microfísica, esto es desde un orden

ascendente, algo bastante innovador en la tradición de los estudios políticos de Occidente, donde generalmente se le había trabajado de manera inversa, es decir: desde un modo descendente, por ejemplo, en el Leviatán de Hobbes, revisando cómo el rey (o el Estado) impone su voluntad y designios sobre sus subordinados y estos se someten a su fuerza para poder conservar sus vidas, cediendo su uso de la fuerza. Al romper con la idea del poder como objeto, Foucault puede ver que no sólo el rey ejerce poder, se da cuenta que también aquellos subordinados son capaces de establecer relaciones con otras personas, donde se dan ejercicios tensos de desequilibrios, por ejemplo, con las esposas e hijos. Aún el mismo rey, con toda la autoridad que posea, es parte de este entramado; pues no sería su inicio ni su final, ¿quién podría ejercer poder sobre el rey? Quizás su propia madre, padre, maestro o esposa, aunque en la figura política no haya nadie por encima de él. Para dar su definición de qué es el poder, lo primero que hace Foucault es ver cómo ha sido entendido por otros autores y corrientes, dándose cuenta de que casi siempre tiene que ver con una cuestión sobre la legitimidad del uso de la fuerza. Algunas tradiciones estando a favor de ésta, argumentando que gracias a eso se preserva la armonía y la paz, por medio de las leyes justas y la consolidación de las capacidades del Estado; mientras que otras posturas más críticas denuncian que el poder termina por ser algo al servicio de un grupo privilegiado de personas, es decir: que dichas leyes fueron elaboradas para su propio beneficio, por ejemplo: para preservar la propiedad privada de las clases altas. Dichas concepciones clásicas terminan por perfilar las características del poder de la siguiente manera: el poder se puede poseer, por lo tanto, se podría heredar o ceder, un problema clásico en autores como Hobbes y Locke. Y tiene una estructura que crea una jerarquía entre aquellos que lo tienen frente a los que no; moviéndose de forma descendente. Foucault rompe con la tradición que le antecede, estableciendo que el poder es múltiple, esto quiere decir que no viene de un solo lugar, por ejemplo, de la voluntad de un soberano hacia sus súbditos y gobernados, sino que está en todos lados, en cada relación que establece un sujeto. Además, no sólo va de arriba hacia abajo, también puede ir viceversa; por lo tanto, lo entiende como móvil, discontinuo, cambiante y agónico, porque no se termina nunca, ni se puede escapar de su ejercicio. Dicho de manera breve, para el filósofo francés el poder no es un objeto, es una relación y todas las relaciones por ser asimétricas y desbalanceadas están atravesadas y configuradas por el poder. Más adelante expondremos de manera más clara las relaciones de poder.

Cuesta trabajo definir qué entiende Foucault por poder, porque como escribe Edgardo Castro “la pregunta de Foucault no es “¿qué es el poder?”, sino “¿cómo funciona?” (Castro, 2004:413). Cambiar la pregunta le permite a nuestro autor hacer análisis diferentes, alejándose no sólo de la idea del poder en tanto que objeto, también del poder como una fuerza represiva, que nos dice constantemente “no” y nos impide hacer ciertas cosas, como sería el poder en tanto que leyes que expresan la voluntad del soberano. Precisamente en *Historia de la sexualidad 1. La voluntad de saber*, Foucault explora el funcionamiento del poder en tanto que creativo, diciendo que no existió una censura para hablar de la sexualidad después del siglo XVII, como muchos creyeron, lo que hubo fue una proliferación y exaltación a hacerlo, ya no sólo desde la confesión cristiana, ahora también en el consultorio médico o con el psicoterapeuta. Ahora se habla de la sexualidad desde muy diversos discursos. Por lo tanto, el poder no es de naturaleza represiva, todo lo contrario, siendo creativo, posibilita, esto quiere decir que produce saberes, orienta las prácticas (que son esperadas) y además produce subjetividades, maneras muy específicas de ser, en palabras del propio Foucault “modos de objetivación que transforman a los seres humanos en sujetos” (Foucault, 1991:222). Foucault se da cuenta que hay una articulación bastante compleja entre el poder y el saber. Como habíamos dicho al ser creativo, el poder termina por generar toda una serie de tecnologías, dispositivos, disciplinas, técnicas, conocimientos, ciencias y prácticas; en el caso de la sexualidad, favoreciendo la aparición de la psiquiatría con sus “terapias de conversión” y sus especialistas, capaces de establecer y sostener una supuesta lógica de la normalidad y de la anormalidad, además de ofrecer “las curas” desde ciertas prácticas y métodos. Si hay una relación entre poder y saber, eso significa que el poder desde el saber es capaz de producir verdad, que en términos foucaultianos no significa el descubrimiento de un tipo de esencia o principio atemporal, la verdad está pensada en términos de una historia sobre ella misma, es decir: la revisión crítica de cómo un discurso se ha constituido en verdadero, desde una lucha en contra de otros discursos y así consolidarse como el hegemónico. ¿Qué es lo que sabemos hasta ahora del poder? Lo podemos ir simplificando así: Que el poder no es un objeto. No se tiene, se ejerce. Es múltiple. Es dinámico. Es una relación. Tiene una relación con el saber. Produce verdades. Produce sujetos y subjetividades. Es más creativo que represivo. Posibilita y condiciona prácticas. Está en todos lados. Ya establecimos que Foucault concibe al poder no como un objeto y sí

como relaciones, en tanto que múltiples y móviles, descendientes, pero también ascendentes, eso significa que está en todos lados, en todas las relaciones sociales y no sólo en un modo específico de relación, como la que tradicionalmente se había asumido del rey hacia sus súbditos. Al partir de una microfísica del poder, Foucault es capaz de analizar cómo ejercen también poder dichos súbditos, por ejemplo, en sus familias, descubriendo que todos los sujetos son capaces de ejercerlo. Por lo tanto, no hay nadie que lo reciba todo el tiempo, pero tampoco que lo pueda ejercer siempre, porque el poder se mueve. La representación visual que tradicionalmente se usa para entender mejor la concepción que tiene Foucault del poder es precisamente con la de una red, esto es un entramado de múltiples relaciones o interacciones, que terminan por abarcarlo todo, no tiene un inicio, pero tampoco un final, no empieza con el rey, ni tampoco podría ser reducible al Estado o una institución, dicha red es tensa en sus nudos y desde esta óptica lo micro termina por dar cabida a lo macro. Hay una dinámica bastante compleja en el ejercicio del poder entre los sujetos, tanto, que termina por darse todo un juego que determina quiénes y cómo lo ejercen, resultado en todo un despliegue de estrategias y alianzas, pero al mismo tiempo de resistencias, de agencias. “Son luchas transversales, los objetivos de estas luchas son efectos del poder como tales; son luchas inmediatas, son luchas que cuestionan el estatuto del individuo frente a lo que lo hace verdaderamente individuo y lo que lo separa de otros” (Foucault, 1991:59). Recordemos que el poder es creativo, por lo tanto, el poder mismo posibilita y orienta dichas luchas, las configura y las crea. La distinción foucaultiana entre sujeto y ser humano estaría puesta en que el sujeto, sería en tanto que los términos de la capacidad que tiene de ser convertido en objeto del saber, es decir de ser estudiado. De tal manera un ser humano puede volverse sujeto de ser alguien enfermo, ser catalogado como un delincuente, un trabajador o un estudiante. Todas estas subjetividades capaces de ser configuradas, recreadas, estudiadas, analizadas, vigiladas, disciplinadas, puestas en la lógica de la normalidad o la anormalidad, castigadas, etc. Al ser las relaciones de poder complejas, Foucault asume que donde el poder puede ser ejercido, también puede ser resistido. Además de estar presente la idea del poder como relación, también está la noción de que “es una forma en la que ciertas acciones modifican otras” (Foucault, 1991:148). De esta forma no sólo es la relación o interacción, también es la reacción que se da a ella.

REDES SOCIALES, ¿UN NUEVO ESCENARIO PARA LAS RELACIONES DE PODER?

Los estudios críticos de Foucault en torno a la vigilancia, el control, la disciplina y el castigo en las sociedades modernas siguen siendo competentes y ofrecen rendimientos explicativos a la hora de analizar nuestras relaciones sociales, aun las que se dan en el espacio de lo digital, como en las propias redes sociales. Entre los conceptos de Foucault es bastante popular la del panóptico, que dicho sea de paso no fue propuesta por él, sino que fue recuperada del pensamiento del filósofo utilitarista inglés del siglo XVIII, Jeremy Bentham, quien fiel a la economía de su pensamiento, pensó a una prisión, en función de que se redujera el personal que ahí labora, proponiendo a un vigilante que a todos los observara, pero que nadie lo viera a él.

Bentham no ha pues simplemente imaginado una figura arquitectónica destinada a resolver un problema concreto, como el de la prisión, la escuela o el hospital. Proclama una verdadera invención que él mismo denomina “huevo de Colón”. Y, en efecto, lo que buscaban los médicos, los industriales, los educadores y los penalistas, Bentham se los facilita: ha encontrado una tecnología de poder específica para resolver los problemas de vigilancia. (Foucault, 1980:2).

Esta idea se ha representado gráficamente como a un ojo que vigila atento a cada uno de los prisioneros, para castigarlos si planean escapar o hacer algo indebido; aunque para fines prácticos, para Bentham, se trataba más bien de la mirada de un guardia que tendría que estar ubicado en la parte más alta, bien podría ser en una torre, para vigilar a todos los prisioneros, optimizando el alcance de su mirada. “En el anillo periférico, se es totalmente visto, sin ver jamás; en la torre central, se ve todo, sin ser jamás visto” (Foucault, 2003:186). Foucault reflexiona que aunque el panóptico propuesto por Bentham no se llevó exactamente a la realidad, muchas otras instituciones desarrollaron arquitecturas, tecnologías y dispositivos asentados en los principios ideados por el filósofo inglés. Es decir: el panóptico tal cual fue propuesto por Bentham no se llevó oficialmente a la práctica, pero sí que se construyeron otros tipos de panópticos inspirados por esta idea. Foucault analiza y se pregunta que otras instituciones, además de las prisiones, internalizaron la idea de la vigilancia del panóptico de Bentham, y encuentra que los hospitales, las escuelas y también las fábricas guardan cierto parecido, no sólo en cómo lucen, sino que en los tres lugares se hace lo mismo: se vigila, ya sea a los internos, enfermos, estudiantes o trabajadores, ya que “el esquema panóptico, sin

anularse ni perder ninguna de sus propiedades, está destinado a difundirse en el cuerpo social; su vocación es volverse en él una función generalizada” (Foucault, 2003:191).

Y es desde una mirada que tiene como fin controlar. Desde esa lógica, según Foucault, se desplaza el orden del castigo por el orden de la disciplina; estando su diferenciación en una cuestión que tiene que ver con el tiempo: mientras que el castigo surge como forma de sancionar algo que ya se realizó (por ejemplo, un crimen), la disciplina está en función de la prevención, evitando que ocurra. Para Foucault el principio del panóptico es que se mueva en la lógica de la disciplina, es decir de la prevención, evitando los motines, escapes, peleas, etc. Y no es que se abandone por completo el orden del castigo, simplemente se le desplaza y se posterga; se deja como opción por si la disciplina no llegara a ser suficiente, por si hubiera alguien que, pese a estar vigilado, decidiera cometer una acción indebida para el orden estipulado, si fuera el caso tendrá que aparecer el castigo. Para Foucault nosotros, en tanto que herederos de la modernidad, vivimos en sociedades disciplinarias, porque, aunque los castigos siguen existiendo, estamos en estado latente de prevención.

Dos imágenes, pues, de la disciplina. A un extremo, la disciplina-bloqueo, la institución cerrada, establecida en los márgenes, y vuelta toda ella hacia funciones negativas: detener el mal, romper las comunicaciones, suspender el tiempo. Al otro extremo, con el panoptismo, tenemos la disciplina-mecanismo: un dispositivo funcional que debe mejorar el ejercicio del poder volviéndolo más rápido, más ligero, más eficaz, un diseño de las coerciones sutiles para una sociedad futura (Foucault, 2003:193).

Aquí hay que notar que la disciplina le apuesta a la autorregulación; a que el sujeto mismo, que está siendo observado, para no buscarse problemas se porte como le han dicho que es debido aquellos que lo vigilan, “el sujeto obediente, el individuo sometido a hábitos, a reglas, a órdenes, a una autoridad que se ejerce continuamente en torno suyo y sobre él, y que debe dejar funcionar automáticamente en él” (Foucault, 2003:121). El problema de la autorregulación es que no a todos los sujetos les alcanza para desarrollarla. Hay personas que la desafían por diversas razones, ya sea porque son conscientemente reincidentes, en el sentido de que son rebeldes que desafían abiertamente el orden o aquellos que por ciertas condiciones tampoco pueden ajustarse a los parámetros de la normalidad; en este punto estarían los catalogados locos, como sujetos enfermos, con algo atrofiado en ellos, incapaces de autorregularse. A todos estos sujetos que no entran dentro de los parámetros de la autorregulación, como forma de controlarse uno mismo y ajustarse al orden social, se les considera peligrosos y algo se debe hacer con ellos, siendo una opción el tener que

contenerlos, no sólo para ya no los vean los otros sujetos y evitar que les sirvan de ejemplo o se contagien de aquello que supuestamente está mal en los desviados, sino también para poder aprender de ellos, reducirlos a objetos de estudio, aprender cómo poder adaptarlos y corregirlos. Sostiene Foucault que “a través de tantos discursos se multiplicaron las condenas judiciales por pequeñas perversiones; se anexó la irregularidad sexual a la enfermedad mental; se definió una norma de desarrollo de la sexualidad desde la infancia hasta la vejez y se caracterizó con cuidado todos los posibles desvíos; se organizaron controles pedagógicos y curas médicas” (Foucault, 1998:24).

Otra característica del panóptico propuesto por Bentham (y después analizado por Foucault) tiene que ver con el diseño de las celdas de esta cárcel, en las que tenían que estar recluidos los prisioneros, ya que fueron pensadas de forma individual, para optimizar la vigilancia y la visión del guardia y de esta forma sea capaz de verlos a todos. “Asegurar una vigilancia que fuese global e individualizante al mismo tiempo, separando cuidadosamente a los individuos que debían ser vigilados” (Foucault, 1980:1). Esto que puede parecer una nimiedad lo retomaremos más adelante para analizar a las redes sociales, pero es importante preguntarse de una vez, ¿por qué se puede vigilar mejor de forma individual y cuesta más trabajo en lo grupal? Sin duda tiene que ver con la mirada, un ojo que lo ve todo, de manera indiferenciada, no puede notar los detalles, se pierde en el gran conjunto; mientras que una mirada que disecciona puede observar de maneras más potentes los aspectos micro y particulares. Puesto en los términos de la prisión: en grupo, las particularidades que dan especificidad tienen a desaparecer, se vuelven homogéneas, mientras que por separado se aprecia mejor su singularidad, aquello que hace único e irrepetible a cada sujeto.

El poder disciplinario es individualizante porque ajusta la función sujeto a la singularidad somática por intermedio de un sistema de vigilancia y escritura o un sistema de panoptismo pangráfico que proyecta por detrás de la singularidad somática, como su prolongación a su comienzo, un núcleo de virtualidades, un psique, y establece, además, la norma como principio de partición y la normalización como prescripción universal para todos los individuos. (Foucault, 2005:77)

Desde el panóptico se crea una relación de poder entre aquel que vigila y los que son vigilados. Los vigilados al sentirse observados todo el tiempo tienden a cambiar su comportamiento de cómo lo harían si no tuvieran unos ojos puestos en ellos, la mirada termina por alterar a quien es mirado; siendo además una relación de poder desigual, porque el observado no puede ver a su observador, estando en desventaja frente a él, porque tiene

una capacidad sobre él que él no posee. El vigilante, que no es vigilado, puede controlar con la mirada a los prisioneros. La mirada del vigilante está en el orden de la disciplina y no del castigo, porque su naturaleza es preventiva, no todavía punitiva. En el ejemplo de la prisión, se controla el comportamiento del cautivo antes de que realice cualquier acción que sea considerada indebida. Además, hay una cuestión en cuanto a la temporalidad: como el prisionero no sabe en qué momentos está siendo observado por el vigilante, porque él no puede verlo, la especulación da el sentido de que está expuesto a una observación que es total e ininterrumpida, al menos en cuanto a los sentidos del prisionero. Y ya sea cierto o no, es decir que efectivamente lo estén mirando todo el tiempo o no, no hay forma de saber cuándo está ocurriendo, por tanto, esta incertidumbre se traduce a que debe comportarse todo el tiempo, porque no sabe en qué momento está siendo vigilado. “La vida está, por lo tanto, dividida de acuerdo con un empleo del tiempo absolutamente estricto, bajo vigilancia ininterrumpida; cada instante del día tiene marcada su ocupación, prescrito un tipo de actividad, y lleva consigo sus obligaciones y sus prohibiciones”. (Foucault, 2003:116)

Este orden temporal lleva a Foucault a oponer dos formas del poder, una que es la soberana frente a la disciplinaria, que es la que nos interesa aquí. La primera tiene que ver con las relaciones que se establecen, por ejemplo, entre un rey y un súbdito, donde hay un intercambio de bienes, el rey ofrece la protección y el súbdito su trabajo y la lealtad, en el contexto de una constante amenaza del uso de la fuerza del rey si lo anterior no se cumple. Mientras que, en el poder disciplinario, el foco no está puesto en la producción o la obtención de un artículo, es en todo caso la exigencia del sujeto entero, lo que incluye también su cuerpo. Por tanto, es una relación de poder que no es temporal, en el sentido de que no dura en tanto se realiza un trabajo, es permanente porque su fin es el control del sujeto. Se vuelve un proceso que busca que el sujeto sea capaz de autorregularse y bajo esta forma la disciplina encuentra su expresión más elevada, porque el sujeto ya ni siquiera necesita de la vigilancia del otro, porque él propio sujeto se vigila a sí mismo.

Lo anterior es la consecuencia final de lo vislumbrado por Bentham: una economía de la maximización y el ahorro, porque los prisioneros ya ni siquiera requieran de un guardia, han internalizado tan bien la mirada vigilante, que son capaces de vigilarse a sí mismos y con ello de autorregularse, en cuanto a su comportamiento, se refiere. Eso explica porque el poder disciplinador le apuesta a la individualización, porque al final, en un proceso exitoso, se debe

generar un individuo que pueda ser guardián de sí mismo y a la vez servir de agente de la normalidad, porque al estarse vigilando él, también enseña a otros a vigilarse, vigilándolos también. “Una mirada que vigile, y que cada uno, sintiéndola pesar sobre sí, termine por interiorizarla hasta el punto de vigilarse a sí mismo; cada uno ejercerá esta vigilancia sobre y contra sí mismo” (Foucault, 1980:7).

Resultando en la abstracción del panóptico, donde la arquitectura, en la forma de edificios e instituciones, ya ni siquiera son necesarios ni visibles, porque se han incorporado a los propios sujetos, ellos terminan por encarnar al panóptico y llevarlo a la práctica. Foucault explica que ya ni siquiera se necesita de una prisión que vigile constantemente, dicho modelo de vigilancia se ha internalizado como propio en los sujetos y ahora ellos lo son: agentes vigilantes y vigilados. Ahora los sujetos son vigilados y a su vez ellos vigilan a los otros, cumpliéndose la ambición de Bentham, en el sentido de que los vigilantes externos ya no son necesarios, porque los propios prisioneros han asumido este trabajo. “No hay necesidad de armas, de violencias físicas, de coacciones materiales. Basta una mirada” (Foucault, 1980:7). El método foucaultiano de análisis propone hacer genealogías, es decir, brindar una historicidad a los fenómenos a revisar, para ver qué cosas han cambiado y cómo es que lo han hecho. Por ejemplo, en los procesos de control ver cómo es que han ido sucediendo, dando cuenta de cómo en la propia lógica del castigo, han habido variaciones. Siendo notable, antes del siglo XVIII, el uso de los suplicios, que consistían en torturas directas a los cuerpos de los delincuentes, que además tenían la finalidad de exhibirlos públicamente, para que todos vieran en ellos posibles futuros si decidían cometer actos ilícitos. Lógica que cambió con el tiempo de una visible brutalidad a una forma más discreta y sutil de operar, pasando de los suplicios a una institución como la prisión moderna que conocemos actualmente, centro donde se contiene y se resguarda a los que han cometido un delito. El registrar estos cambios, en cuanto a las tecnologías y las prácticas, le ayudó a Foucault a preguntarse cómo es que fueron sucedido los mismos y por qué.

La pena ha dejado de estar centrada en el suplicio como técnica de sufrimiento; ha tomado como objeto principal la pérdida de un bien o de un derecho. Pero un castigo como los trabajos forzados o incluso la prisión – mera privación de libertad -, no ha funcionado jamás sin cierto suplemento punitivo que concierne realmente al cuerpo mismo: racionamiento alimenticio, privación sexual, golpes, celda. (Foucault, 2003:17).

Desde una primera lectura se pensaría que la prisión moderna sustituyó a los suplicios por una cuestión humanitaria, siendo los castigos físicos excesivos y de sociedades bárbaras o

poco desarrolladas, pero lo cierto es que la prisión sigue siendo un dispositivo de control, más sutil pero igual de efectivo, en el sentido de que sigue siendo violento y ofrece pocas oportunidades de realmente rehabilitar, porque su función primordial es la contener, disponiendo no sólo de una parte del cuerpo del sujeto para castigarlo, sino que lo toma entero, incluyendo su tiempo de vida para poder disciplinarlo. Es importante tener este apunte a la mano para no perderse en la abstracción de la sutilidad y considerarla una especie de progreso en cuanto a lo moral. Como ya habíamos revisado las formas de ejercer poder se vuelven más efectivas y también más invisibles las prácticas de vigilancia y control, eso incluye también los modos de disciplinar y castigar. El ideal de toda esta vigilancia tiene el propósito de no sólo controlar, también de crear sujetos que puedan ser homogeneizables, que piensen y hagan lo mismo, una especie de autómatas con comportamientos predecibles, todos capaces de ser anticipados, para procurar el funcionamiento de un orden y una normalidad. Además de sean productivos en cuanto a lo económico y lo laboral se refiere. “La disciplina fabrica así cuerpos sometidos y ejercitados, cuerpos “dóciles”. La disciplina aumenta las fuerzas del cuerpo (en términos económicos de utilidad) y disminuye esas mismas fuerzas (en términos políticos de obediencia). En una palabra: disocia el poder del cuerpo”. (Foucault, 2003:126-127). Escribe Celina Arredondo:

El panóptico es una máquina que crea y sostiene una relación de poder sin relevancia en el sujeto que lo ejerce. El panóptico puede ser utilizado como una máquina para crear experiencias y modificar el comportamiento de los individuos, experimentar con ellos, analizar las transformaciones y obtener información. (Arredondo, 2020).

Siendo por tanto un control total, ya no sólo del propio sujeto y su cuerpo, sino también de lo que puede experimentar, sentir, pensar y vivir. En este punto podríamos preguntarnos si las redes sociales, como Facebook, tienen alguna relación con el panóptico foucaultiano, ¿es una exageración sostener esto? Lo primero que tendríamos que revisar es lo referente a la contención: a diferencia de las prisiones o manicomios, formar parte de una red social es en algún sentido voluntario, porque no hay nada como una pena económica ni judicial si alguien decide no tener un perfil o una cuenta. Aunque pueden haber consecuencias sociales si no se es parte de una, como cierto aislamiento y hasta rechazo social para aquel que no participa de ellas, quedando excluido de las conversaciones y de las dinámicas que ahí acontecen.

Quien no esté ni use redes sociales quedará abocado al olvido de un grupo de pares que se autogestiona y organiza a partir de las posibilidades y facilidades que ofrece la tecnología, y que además asume con aparente naturalidad la realidad de los procesos de marginación que pueden sufrir esas personas [...] Por otro lado, porque los propios usuarios y usuarias articulan de tal forma sus relaciones, sus estrategias de comunicación y sus rutinas en torno a las redes sociales, que la temporal ausencia provoca lo que se llega a sentir como verdadera “incomunicación”, desde el momento en el que se asume que el grupo y los pares siguen comunicándose y relacionándose, y uno queda fuera de todas las cosas que pueden pasar o están pasando (Megías & Rodríguez, 2014:160).

Es posible que muchas de las personas que están en Facebook no quieren ser disgregadas socialmente. En este punto la decisión de tener un perfil en una red social no pasa únicamente por el puro deseo y espontáneo de querer estar en ella, sino que también responde al miedo de ser apartado socialmente. El propio Maslow, en su pirámide, reconoce como una necesidad de tercer nivel las necesidades de afiliación en los sujetos, desde su propia dimensión social, “las necesidades de amor y pertenencia que están orientadas socialmente y representan la voluntad de reconocer y ser reconocido por los semejantes, de sentirse arraigados en lugares e integrados en redes y grupos sociales” (Elizalde, Martí & Martínez, 2006:5). El segundo elemento para considerar pasa por la vigilancia; la red social funciona como un espacio digital donde los usuarios interactúan entre ellos; y además ven lo que hacen otros, uno puede leer lo que escribe alguien y comentar su publicación, también puede observar las fotos que sube, a dónde va, con quién, qué le gusta, qué páginas sigue, el tipo de contenido que consume. Todo se vuelve visible y la persona se hace reducible a sus datos, tanto los de navegación como los de información personal que ella misma proporciona a la hora de registrarse. En este punto es necesario dar cuenta de que lo que los usuarios suben a las redes sociales no es necesariamente un reflejo fiel de la realidad ni de sus vidas, es en todo caso una construcción, que puede pasar por el filtro de su percepción, que es subjetiva, o por una idealización de mostrar y enfatizar ciertos aspectos y ocultar otros momentos.

La fabricación / suplantación de la realidad a través de dispositivos visuales (que desafían y reelaboran el régimen de verdad), y cuyas principales características son: la eliminación visual de la división público-privado, la reificación del tiempo como algo sin duración (pura adrenalina, instantaneidad y desmemoria), la cosmetización extrema de las imágenes y su despolitización crítica. En dicho régimen ya no se representa la realidad sino que se produce directamente (Valencia, 2018:236).

Se produce una especie de juego panóptico en las redes sociales, donde las posiciones de las relaciones de poder se van intercambiando: uno es, al mismo tiempo, vigilante y vigilado. Se interioriza una mirada que no sólo vigila, también la que castiga. En palabras de Foucault

“vigilantes perpetuamente vigilados [...] el juego ininterrumpido de miradas calculadas” (Foucault, 2003:164). Hay hasta varias dinámicas para poder castigar, reportando una publicación o simplemente eliminando a un contacto de tu red de amigos, además de que se puede comentar en la vida social todo lo que aconteció en el orden de lo virtual, fundiéndose la vida real con la virtual, convirtiéndose en una misma vida, siendo cada vez más ambiguos los límites entre una y otra. Parece que en las redes sociales todos nos estamos vigilando, pero también estamos siendo vigilados, y no sólo por otros usuarios, también por las empresas e industrias, que revisan nuestros gustos, preferencias y conversaciones para ofrecernos después productos que vayan en esta línea. Pero de manera más profunda no sólo se satisfacen los deseos, también se generan ellos mismos, con el uso de anuncios y publicidad constante, que aparecen tanto y de maneras tan diversas que un usuario cuando los elige piensa que fue un gusto genuino, cuando en realidad fue conjurado gracias a la vigilancia a la que está expuesto en estas redes.

Afirma Michel Kosinski, experto en psicometría y desarrollador del test OCEAN (openness, conscientiousness, extroversion, agreeableness, neuroticism) que logró vincular los likes de Facebook con las creaciones de perfiles de personalidad y consumo, los algoritmos de las redes sociales de comunicación y los motores de búsqueda como Google, se alimentan de nuestras huellas digitales y son capaces de predecir y diseñar nuestros gustos y comportamientos, más aún, de elaborar una predicción precisa de nuestras decisiones y acciones futuras (Valencia, 2018:246).

Los grandes vigilantes en las redes sociales permanecen ocultos, haciendo uso de una mirada que realmente es interrumpida; posee una gran cantidad de datos de los usuarios y ellos a su vez no saben nada de aquellos que los miran, desconocen, por ejemplo, el uso que se les da a sus datos personales y de navegación. Hay un tercer elemento para tener en cuenta y es el del tiempo. Si bien, para fines prácticos era imposible que un vigilante desde una torre observara todo el tiempo a los prisioneros, porque sería muy cansado y en algún momento tendría que dormir o inevitablemente pestañear; al momento de que se oculta al vigilante de los vigilados, se crea la ilusión y el efecto, desde la incertidumbre, de que está observando todo el tiempo, porque no los vigilados no pueden saber con certeza cuando sí los están observando y cuando no. “Lo esencial es que se sepa vigilado; demasiado, porque no tiene necesidad de serlo efectivamente. Para ello Bentham ha sentado el principio de que el poder debía ser visible e inverificable” (Foucault, 2003:186).

Esto que surge como un ideal de observación pretendiendo que sea completo e ininterrumpido, se puede llevar a la práctica en las redes sociales. Pensemos en el número de horas que las personas pasan actualmente en ellas: hay gente que lo primero que hace al abrir los ojos es revisar qué pasó en Facebook mientras dormía y así poder ponerse al tanto; también están aquellos que se desvelan y pierden horas de sueño por estar navegando en dichas redes sociales; habrán personas que hasta su trabajo consista en estar en ellas, monitoreando las tendencias o llevando la creación de contenido y la difusión de la publicidad de ciertos negocios, buscando poder conseguir más seguidores, en la forma de público. En palabras de Sayak Valencia: “la reificación del tiempo como algo sin duración (pura adrenalina, instantaneidad y desmemoria)” (Valencia, 2018:236).

También hay que tener en cuenta que en las redes sociales queda todo registrado, una persona puede desconectarse y todo lo que hizo se quedó almacenado y con la virtualidad aquello que fue suspendido puede ser reanudado por un usuario una vez que vuelva a conectarse, dándose un flujo continuo en la vida online; fenómeno que no sucede en la vida real, ya que una persona por más que recuerde su pasado no puede volver a él, ni cambiarlo, mientras que en Facebook existe la posibilidad de eliminar los comentarios de hace varios años, editarlos, volver a retomarlos, etc. Los dispositivos que están detrás de la vigilancia y que procesan la información generada en las redes sociales son sumamente eficientes, ya que no se tratan de ser humano, sino de algoritmos informáticos, que no necesita pestañar ni dormir, capaces de registrar todo lo que acontece en su espacio digital, puede clasificar y ordenar. Dichos algoritmos han demostrado que son capaces de trabajar con bancos enormes de información, que es producida por los mismos usuarios.

Con sólo diez likes como insumos, su modelo podría evaluar el carácter de una persona mejor que un compañero de trabajo promedio. Con setenta, podría “conocer” un tema mejor que un amigo; con ciento cincuenta likes, mejor que sus padres. Con trescientos likes, la máquina de Kosinski podría predecir el comportamiento de un sujeto mejor que su pareja. Con aún más likes, podría exceder lo que una persona piensa que sabe acerca de sí misma” (Grassenger & Krogerus, 2016).

Actualmente, en contextos específicos, como las grandes urbes de Occidente, es cada vez más extraño que una persona no use Facebook (aunque es cierto que todavía no todo el mundo está ahí), “el 71% de los adultos estadounidenses usa Facebook” (Hootsuite, 2020). La posibilidad de poder acceder y estar conectado se ha disparado con el desarrollo de los celulares inteligentes, de esta manera uno puede entrar a la red social en el transporte público

o desde el baño. Las cifras indican que Facebook tiene 2.41 millones de usuarios activos mensualmente, en comparación de Instagram que tiene 1.000 millones de usuarios activos mensualmente. “Facebook es el tercer sitio web más visitado del mundo” y es “la app gratuita más descargada de la App Store” (Newberry, 2020). En lo mencionado anteriormente se despliega un juego sutil entre la libertad y el control; porque a primera vista parece que todos los usuarios están ahí de forma voluntaria, pero si uno quiere tener una cuenta en dicha red social, lo primero que tiene que hacer es firmar un contrato de varias páginas, con términos y condiciones que la mayoría no lee, quizá por lo difícil de sus tecnicismos e implicaciones. Aquí tenemos una primera tensión: uno es libre de crear un perfil, pero para hacerlo tiene que aceptar unas condiciones que no son negociables. Es una tensión porque uno es libre de estar, pero no es libre de elegir los términos en los que estará.

Después, una vez que ya fue creado el perfil, con el tiempo irán viniendo una serie de actualizaciones y nuevos términos, que los usuarios están obligados a aceptar, casi todos ellos referentes al uso de sus datos y a la información que generan. Se crean una serie de relaciones de poder asimétricas, porque los usuarios tienen que aceptar las condiciones y no pueden negociarlas, ni apelarlas, aún con las actualizaciones venideras. Siendo un ejemplo de este hecho lo que sucede con las fotografías, donde se establece que todas las que se suban a la red social pertenecen a Facebook y también todo lo que sea publicado ahí, abandona, pues, la condición privada para volverse del dominio público. Es decir, una vez que alguien decide compartir algo, deja de ser únicamente suyo para pasar a ser objeto de todos los demás usuarios y del propio Facebook. En sus condiciones de servicio, Facebook establece que: “si compartes una foto en Facebook, nos das permiso para almacenarla, copiarla y compartirla con otros (de conformidad con tu configuración), como proveedores de servicios que nos ayudan a proporcionar nuestros servicios u otros productos de Meta que usas” (Facebook, 2021). Parece entonces que la responsabilidad entre lo que se sube o no a Facebook recae en cada uno de los usuarios, pero las implicaciones van más allá de una decisión individual, sobre todo porque aún hay zonas grises y lagunas jurídicas, en casos que no se han previsto y resultan problemáticos, además de muchas de estas condiciones no son completamente públicas o algunas resultan ambiguas o son cambiantes, por ejemplo no se sabe con certeza el paradero final ni el uso que se le dan a los datos que genera un usuario estando en Facebook. Se crea la sensación de la libertad, ocultando de que viene condicionada por un

fuerte control. Los anuncios que aparecen ahí no nacen de la decisión de los usuarios, se muestran de pronto y quizás los usuarios sin saberlo están obligados a verlos si es que desean permanecer en la red social. “Das permiso para usar tu nombre, tu foto del perfil e información sobre las acciones que realizas en anuncios y contenido patrocinado” (Facebook, 2021). Para muchos es hasta ilusoria la decisión de querer estar o no, los trabajos ahora incursionan en lo virtual, hay gente que para trabajar necesita tener un perfil. Es el propio Facebook el que decide en qué consiste la libertad en su espacio digital. Así, los usuarios creen que son libres por elegir cómo decoraran su perfil, o cómo escriben sus comentarios y qué tipo de contenido siguen.

Observar y analizar el comportamiento es una eficaz forma para adquirir conocimiento acerca del sujeto y de esta manera saber cómo dominarlo. En internet, el Big Data, los algoritmos y bots se encargan de hacer este análisis. El control se ejerce de manera sutil a través del consumo, el deseo y en las redes sociales con su hedonismo, superficialidad y su verdad. De esta manera se establece una sujeción entre la información obtenida (Big Data) quien(es) la domina(n) y a quien se le impone. El poder forma saber y produce discursos. El poder lucha por establecer su verdad (Arredondo, 2020).

Otro de los efectos de las redes sociales, es que las personas dejan de serlo para convertirse en otra cosa, en meros consumidores, que no sólo gastan su tiempo, también su dinero, en entretenimientos y negocios que ahí mismo se generan. Se ha creado un sistema de competencia, donde hay una búsqueda incansable por cuantificar la vida, cifras que tienen que ver con la popularidad: se buscan más seguidores y mayores reacciones al contenido que se sube, hay un deseo manifiesto por los likes, porque los usuarios sienten que estos reflejan la aprobación de sus personas y estilos de vida.

Cada usuario, con base en la prerrogativa como quiero que me vean, tiende a exponer rasgos y características de su identidad que considera positivos, utilizando los recursos y dispositivos presentes en las redes para estetizar de esta manera su autopresentación. Consecuentemente, los aspectos negativos tienden a ser ocultados o disimulados cuando se trata de interactuar y de participar en el ambiente online. (Marra, Rodrigues, Stengel & Freitas, 2016).

En este sentido, no se sube algo a Facebook por el puro deseo de querer hacerlo, se hace desde un pensamiento utilitarista, como fin para un medio y lo que se busca cuando alguien comparte un contenido, precisamente es eso, que llegue a los ojos de más personas y que sea retroalimentado por ellas. Se suben fotos y comentarios no sólo para que sean vistos, también para que sean del agrado y del gusto de otros usuarios, aunque algunos sean desconocidos, hay un deseo ulterior de ser no sólo aceptados, también admirados y reconocidos. “El reconocimiento está basado en el sentido de que el individuo necesita de los otros para su

existencia, o sea, se ve a sí mismo con los ojos de los otros y formula la imagen que tiene de sí mismo con base en aquella que le es presentada por otras personas” (Ídem).

De esta manera se dan búsquedas incansables por nuevos seguidores, por conseguir más reacciones, por ser más llamativos, por destacar, por aparecer más, por ser populares e imponer tendencias, por estar en el foco de la atención y por ganar visibilidad. En otras épocas, para poder llamar la atención de la gente y después volverse famoso, se tenían que realizar otras dinámicas, con una dificultad diferente; pero, hoy en día, con las redes sociales todo se vuelve bastante accesible y reproducible, porque son plataforma donde muchísima gente está inserta y los contenidos pronto se pueden volver virales, es decir que son compartidos y replicados por infinidad de usuarios, en periodos cortos de tiempo. Desde el propio contenido viral que se genera y después se consume, podemos ver una homogeneización de la que hablábamos anteriormente: tantos usuarios compartiendo lo mismo y buscando replicarlo, lo que nos muestra es que hay, por ejemplo, un humor que es hegemónico, donde todos los usuarios se ríen con las mismas cosas.

En una sociedad en la que la construcción de la identidad del individuo se realiza en gran medida a través de sus elecciones de consumo cultural o de entretenimiento, manifestadas de forma pública a través de las redes sociales -con una capacidad nunca antes vista para transmitir a grandes audiencias nuestras actividades más cotidianas-, la decisión de compartir un contenido de marca con pretensión de viralidad responde al interés consciente de proyectar una determinada imagen personal (Dafonte, 2015:607).

Y de manera más profunda, también se crean una uniformidad de criterios, pues en Facebook se produce la propia norma, ya que desde ahí se decide lo que está bien y lo que está mal, lo que es debido y lo que no, lo que es gracioso y lo que es ofensivo.

Inventos como la Internet, la telefonía móvil, las páginas web, el chat, el streaming, las plataformas de video como Vimeo y YouTube, las redes sociales, serían el medio de reproducción de esta ideología live, en la cual se conjuga la vigilancia, el espectáculo, la vida cotidiana y la violencia en incesante fundido encadenado que incorpora múltiples capas de realidad. (Valencia, 2018:250).

Por tanto, habrá que seguir cuestionando a estas supuestas libertades y ver que tan ilusorias son en realidad. Recordando que, en el contenido que aparece en Facebook, se crean también las expectativas del deber ser, de cómo debería de ser la buena vida a la que todos deberíamos de aspirar tener. Recordemos el diseño del panóptico: con celdas que son individuales, pero estas mismas celdas también son idénticas.

RELACIONES DE PODER CONTENIDAS EN EL CASO DE LAS BOOBSTREAMERS

Ya hemos revisado a qué se refiere Foucault cuando habla del poder: no cómo algo que puede ser obtenido, en tanto que un objeto, y sí más cómo un ejercicio, una tensión producida y resultante de las acciones y voluntades enfrentadas entre dos o más sujetos, “sólo hay relaciones de poder allí donde hay sujetos libres que se enfrentan en un campo que incluye diferentes posibilidades de acción” (Mateo & Antonucci, 2013:3). En líneas anteriores se argumentó que, si bien las llamadas boobstreamers no son completamente libres, en tanto que plenamente soberanas de la elección de sus condiciones y destinos, sí que conservan una capacidad de agencia, que les permite realizar y moverse entre “diferentes posibilidades de acción” (Ídem). Aquí podemos entender que, si el poder no es una cosa exterior a los sujetos, son ellos mismos los que con sus acciones y enfrentamientos lo producen. En el fenómeno observado los sujetos que se relacionan de manera más inmediata son las boobstreamers y los consumidores de sus transmisiones.

Una relación de poder que se reitera en el fenómeno es aquella que tiene que ver con el espacio desde donde se toman sus fotografías las gamers; más allá de sus propias transmisiones, estas mujeres suelen sacarse fotos en lugares que serían considerados como privados o íntimos, en la mayoría de las ocasiones los escenarios son lo que parecen ser sus cuartos, porque se aprecian en las tomas las camas, muebles como tocadores y una gran cantidad de peluches, como se puede ver en las imágenes de las llamadas boobstreamers. Nunca se sacan fotos en lugares que podrían ser asumidos como públicos, es decir: plazas comerciales o parques. En las transmisiones puede que existan razones pertinentes para esto, como las de la infraestructura que se necesita para lograr tener una buena calidad de internet o que afuera hay demasiados ruidos para realizar una transmisión de manera satisfactoria, pero con cada sesión fotográfica que realizan, de alguna manera se renueva y actualiza el viejo mandato patriarcal que asume y ordena que el lugar de las mujeres sea el privado, específicamente el espacio del hogar, mientras que el de los hombres es el público.

Esto que podría parecer una nimiedad no lo es cuando vemos que se corresponde con una división genérica del mundo, la misma que alimenta la división sexual del trabajo, donde todo lo que existe es clasificado y ordenado en una gran escisión, donde hay cosas y actividades que se asignan en el ámbito de lo masculino y por el contrario otras que

pertenecen al femenino; asignando y perfilando una especie de esencia o naturaleza para cada lado, de la que dice Bourdieu se construye una gran oposición: “fuera (público)/dentro (privado), etc. Que, para algunos corresponden a unos movimientos del cuerpo (alto/bajo // subir/bajar, fuera/dentro // salir/entrar)” (Bourdieu, 2000:20). Según Bourdieu, este ordenamiento simbólico ha sido la base para crear una serie de sentidos del mundo social. Negándose desde él el libre tránsito entre uno y otro camino, creando algo similar a un destino, donde el lugar de las mujeres ha sido establecido que es el ámbito de lo privado, teniendo impedido el espacio de lo público y de toda actividad que se puede realizar en él. Al contextualizar las imágenes, haciendo visible lo que no aparece en ellas, pero que genera sus condiciones de existencia y posibilidad, podemos dar cuenta de las propias relaciones de poder que las atraviesan, sobre todo las que tienen que ver con el género. Streamers mujeres y hombres compiten por atraer seguidores, pero como demuestra el estudio de la Universidad de Indiana del 2006, el aspecto físico de los streamers hombres no es relevante para sus seguidores, mientras que en las mujeres streamers la atención de sus seguidores se centra en sus cuerpos en detrimento de sus habilidades. En el estudio se muestra que una de las palabras más frecuentes que recibe una mujer en sus transmisiones es “boobs”, anglicismo de pechos, mientras que se muestra que en las transmisiones de hombres es “puntos”. (Nakandala, Ciampaglia, Makoto & Ahn, 2016). Si un hombre realizara un streaming y mostrara su cuerpo, esto no sería muy relevante ni llamativo, porque el cuerpo de los hombres no está cargado sexualmente como sí lo está el de las mujeres. El pecho masculino no ha sido históricamente un objeto de consumo ni de deseo, en el fenómeno la palabra “boobstreamer” se refiere exclusivamente a las mujeres, no hay ningún hombre que haya sido llamado así, no hay “boobstreamers hombres”.

¿Por qué algunas mujeres que hacen streaming han optado por mostrar sus escotes? Una respuesta es la siguiente: porque hay usuarios que les interesa verlos y hasta están dispuestos a hacer donaciones y pagar suscripciones para poder hacerlo, quizá si no hubiera interés ni dinero de por medio, no existirían estos tipos de streaming. Aquí se muestra una relación de poder que parte del género. Lo femenino ha sido tratado como objeto, una mercancía que tiene un valor y un precio. Las mujeres y sus cuerpos han sido reducidos a objetos que no sólo producen ante la mirada masculina el deseo sexual también lo satisfacen; condición en

la que no están los hombres ni sus cuerpos. Hay una concepción patriarcal de que los hombres son sujetos activos y las mujeres pasivas, por tanto más cercanas a los objetos.

Otra relación de poder que podemos analizar es la que tiene que ver con mirar, ¿quién mira? ¿y quién es mirado? Contestar estas preguntas nos remontará a otras más generales, ¿quién es sujeto? ¿Y quién objeto? En las transmisiones las gamers se ponen al centro, como objetos saturados de sexualidad, ellas miran a la cámara, pero no saben quiénes las están mirando del otro lado. Por el contrario, los consumidores se posicionan como sujetos, ya que ellos deciden si hacer donaciones o no, también pueden elegir cuántas estrellas van a dar, si las van a ver o no. Los consumidores ven, pero ellos no son vistos; aquí hay una relación de poder asimétrica, porque vemos que no tienen las mismas potestades ni potencialidades, y la cuestión de la visión no es algo menor, es un sentido que ya se veía con Rubin entre quién toma y quién es tomado, se reitera genéricamente esto, desde el siguiente ejercicio de poder: las mujeres están para ser tomadas, consumidas y vistas, mientras que el supuesto papel de los hombres está en tomar, consumir y mirar. “Los hombres actúan y las mujeres aparecen, los hombres miran a las mujeres. Las mujeres se contemplan a sí mismas mientras son miradas.” (Berger, 2016:27) Continúa Berger su argumentación diciendo que “el supervisor que lleva la mujer dentro de sí es masculino: la supervisada es femenina. De este modo se convierte a sí misma en un objeto, y particularmente en un objeto visual, en una visión” (*Ídem*). Estas mujeres transmiten para un público que no conocen, múltiples ojos que nunca van a ver, más allá de su username y de la respectiva donación de estrellas que les hayan hecho. Aquí encontramos otra relación de poder: la que tiene que ver con el conocimiento, ¿quién es conocido? Lo son las boobstreamers, algunas revelan sus nombres reales, dicen desde dónde transmiten, en sus en vivos, de más de cinco horas, llegan a hablar de su vida privada, de sus gustos, aficiones y opiniones, mientras que los espectadores se muestran en los chats de las redes sociales ávidos por saber más sobre ellas y preguntan; quedando en la streamer la decisión de si contesta o pasar de largo sus preguntas y comentarios.

En ambas posiciones hay un cierto nivel de capacidad de agencia, tanto en las boobstreamers como en los consumidores: ellas pueden elegir cuándo parar una transmisión, también qué preguntas ignorar, cuándo y desde qué plataforma van a realizar sus en vivos, qué juego van a jugar o de qué van a hablar mientras lo hacen. Los consumidores por su parte pueden decidir si donar estrellas o no, si ver la transmisión completa o cerrarla, lanzar preguntas o estar más

en una modalidad contemplativa o al elegir al streamer que van a ver. Develado lo anterior vemos que la situación es más compleja que una simple oposición moral de buenos contra malos, o en otros términos de desfavorecidos frente a poderosos opresores; si concedemos y reconocemos la capacidad de agencia de los sujetos vemos que las relaciones de poder se mueven de forma tensa, a veces tendiendo más para un lado, pero también con cierta resistencia hacia el otro. No es por tanto una guerra ya ganada por una de las fuerzas avasallantes, es en todo caso un enfrentamiento constante.

Una práctica frecuente en las transmisiones es el hacer “signs”, consiste en que si la streamer recibe cierto número de estrellas, generalmente uno alto para sus parámetros, ella escribe en un pizarrón o en un papel el nombre del usuario que se las mandó, posando junto al nombre frente a la cámara unos segundos. Desde un primer análisis podríamos decir que las boobstreamers están a la merced de los deseos de sus consumidores, pero recordemos que esta relación de poder está atravesada por una cuestión de dinero, y si no hay donación, ellas no están obligadas a realizar el sign; y aún con “el pago hecho” lo pueden ignorar, pues no hay como tal una institución o fuerza que las obligue a hacerlo, aunque si las streamers omiten las peticiones de su público puede causarles decepción, quienes pueden hacer comentarios quejándose de que no cumple o no interactúa con ellos.

Foucault sostiene que “donde hay poder hay resistencia” (Foucault, 2012:116) porque “si no existiera tal posibilidad -de resistencia violenta, de huida, de engaño, de estrategias que inviertan la solución- no existiría en absoluto relaciones de poder” (Foucault, 1999:405). Las resistencias responden a los ejercicios de poder que se dan desde la capacidad de agencia de los sujetos que se enfrentan; si el poder ejercido no se encontrara frente a otra fuerza antagónica a sus deseos y voluntad, la vida de los seres humanos se movería en el ámbito de la pura obediencia. Aunque esto no signifique que necesariamente la resistencia sea igual de fuerte o contundente que el poder ejercido. Pero siempre queda un espacio para que la libertad de los sujetos no sea anulada por completo, que sigan conservando cierta capacidad de elección y movimiento, por mínimos que sean; como se ha visto con las boobstreamers, queda un espacio donde ellas deciden qué hacer y cómo hacerlo, no es la pura obediencia, por más que sean tratadas como objetos, ontológicamente de hecho no lo son.

Para Foucault las relaciones de poder son “una relación de unos con los otros, en una situación estratégica” (Foucault, 1999:422). El punto revelador de la cuestión se encuentra

en el empleo del concepto “estrategia”, porque cuando lo utilizamos es en el sentido de hacer ciertas acciones, que son previamente planeadas, para conseguir un fin, que bien puede lograrse o no, pero lo que termina por mostrar es que hay una multiplicidad de caminos o formas en las que se pueden desenvolver dichas relaciones. Las relaciones de poder son luchas agónicas y no únicamente represivas, hay negociaciones, cambios, movimientos, a veces una suerte de equilibrios en las fuerzas y en otros momentos ruptura de estos, “la estructura del campo de acción del orden multilateral, nunca unilateral. Pues cada fuerza puede afectar y ser afectada por unas u otras y justamente allí es donde se localiza y extiende su origen, distribución, redistribución y conservación” (Santillán & Ortiz, 2013:113-114). Las relaciones de poder que hemos revisado no son inmutables, inmóviles ni definitivas; al momento de esta investigación se han desarrollado de esta manera, pero nada impide que tomen otro curso, que se alteren o hasta que se inviertan, por eso habrá que estar atentos a su devenir, para ver cómo se van dando y seguir estudiando al fenómeno.

CONSIDERACIONES FINALES DEL CAPÍTULO

John Mraz nos hace presente un dilema desde la problematización de las fotografías y nos plantea la diferencia que hay entre el uso de éstas en la investigación científica social, aseverando que no es lo mismo hacer una historia de las fotografías que hacer historia desde las fotografías (Mraz, 2018:17). Tampoco es equivalente usarlas como ilustraciones que acompañen a los trabajos a que sean el objeto de estudio analizado. Puede estar presente la intención de usarlas sólo como un recurso para darle mayor peso a nuestro discurso, es decir utilizándolas como ilustraciones o ejemplos visuales de lo que estamos sosteniendo con las palabras. Lo cierto es que como hemos estado sosteniendo no sólo las fotografías, de manera más general también las imágenes, se han convertido en documentos cada vez más interesantes y complejos que desafían la concepción de que sean simples suplementos.

Esto es lo que sucede en el fenómeno que hemos detectado, donde algunas mujeres jóvenes realizan transmisiones en línea jugando videojuegos mostrando escotes pronunciado, siendo interesante no sólo la estética y las poses que realizan en sus videos, también las reacciones, los comentarios y las interacciones que suscitan entre los usuarios que las miran y siguen, que en su mayoría suelen ser hombres. Es un fenómeno social complejo y para entenderlo hay que partir del propio análisis de las imágenes, ya que como sugiere Escorza:

Para abordar una fotografía se requiere conocer la historia que subyace en ella. Observarla y explicar la trayectoria que ha seguido desde su creación, implica situarla por lo menos bajo tres coordenadas metodológicas. Si la fotografía es una representación de alguien que quiso decir “algo”, cualquier imagen está sujeta a estas coordenadas que tomaremos en cuenta para iniciar su análisis. 1. La realidad fotografiada (el objeto). 2. El fotógrafo (el sujeto). 3. La tecnología que permite esa toma (el medio). (Escorza, 2008:13)

Escorza además agrega una última coordenada de análisis que nombra “4. La recepción y circulación de esa imagen” (Escorza, 2008:22) que también nos interesa, porque precisamente en ésta se sitúan las reacciones y los comentarios de los seguidores de las transmisiones. Si bien no hay una metodología única ni completamente infalible en cuanto el estudio de las imágenes, lo de Escorza nos da pautas porque tenemos: 1. Una realidad fotografiada, que son las propias streamers en sus transmisiones, en las que sexualizan partes de sus cuerpos para que sean consumidos desde sus imágenes, generando deseo en los hombres, con un intercambio monetario de por medio.

2. Las fotografías generalmente pueden ser las mismas streamers, ya que muchas de ellas graban y transmiten sus videos, encontrado en dicha actividad una forma de generar popularidad, lo que se traduce en dinero, uno que además es seguro, en el sentido de que no tienen que exponerse, como sucede en otras prácticas que impliquen contacto físico al estar frente a los hombres, que son los consumidores de estas imágenes.

3. Hay una serie de tecnologías que permiten que el fenómeno suceda. que van desde las cámaras web (con una cierta calidad de pixeles requeridos para poder realizar transmisiones en alta definición, condición que imponen Facebook Gaming y Twitch), el uso de internet que permite que acontezcan las redes sociales y otras plataformas digitales. Además de micrófonos, audífonos, luces y consolas.

4. Por último tenemos una recepción y circulación de las imágenes, que como ya habíamos mencionado se da con los usuarios que siguen las transmisiones, ellos comentan en los videos y en las fotografías que suben las streamers a sus redes sociales, además de que están en condiciones de poder compartir dichos materiales para que más usuarios puedan verlos, significando más ingresos para las streamers, además de motivación para que continúe haciéndolos.

En algún punto podemos considerar que las streamers son las productoras de sus propias imágenes, ya que ellas deciden cómo se verán, desde qué ángulos de la cámara web serán tomadas, con cuales fondos y accesorios aparecer. Aunque no todas las streamers son

propriadamente fotografías profesionales, a excepción de Milky, las tecnologías actuales han facilitado el acceso a la operacionalización de dispositivos que generen imágenes y de esta manera han llegado a crear una estética, donde hay elementos comunes que aparecen en sus fotografías y transmisiones.

Se presentan varios problemas en cuanto a la producción de sus imágenes. El primero es que las imágenes que crean de ellas mismas tienen un destino fijo y están dirigidas y pensadas para un público específico; no son por tanto el producto de la creación libre y creativa de un estilo individual o espontáneo, sino que responde a la reproducción de ciertos elementos anclados al género, en este caso femenino, para poder despertar el interés de los usuarios y ganar dinero a través de la monetización de sus transmisiones y del pago de las suscripciones a las plataformas que contienen su contenido exclusivo, encontrando que la sexualización de sus imágenes se vuelve redituable económicamente hablando por el interés que despierta en el público masculino. Desde esta arista, las streamers producen sus imágenes, pero lo siguen haciendo desde la mirada masculina, buscando corresponder a sus deseos y fantasías.

En la forma-arte del desnudo europeo, los pintores y los espectadores – propietarios eran usualmente hombres, y las personas tratadas como objetos, usualmente mujeres. Esta relación desigual está tan profundamente arraigada en nuestra cultura que estructura todavía la conciencia de muchas mujeres. Hacen consigo mismas lo que los hombres hacen con ellas. Supervisan, como los hombres, su propia feminidad (Berger, 2016:35).

Hemos visto cómo las imágenes de las streamers que fueron analizadas a través de sus fotografías y transmisiones crean una estética donde se produce un prototipo de mujer, desde ciertos elementos que se vuelven constantes, por ejemplo, en la dialéctica entre los rostros cándidos y juveniles frente a la indumentaria erótica y los cuerpos sexualmente desarrollados, siendo notorio este aspecto en la insistencia de exhibir de alguna manera el área de los senos a través de los escotes. Se trata de una producción y no de una reproducción, ya que no se busca ser un reflejo de la realidad, sino que juegan con ella, en el sentido de que muestran a una mujer fantástica, cercana a los personajes de los videojuegos y las series animadas.

CONCLUSIONES

A lo largo de la investigación se descubrieron una serie de elementos que tienen que ver con el fenómeno del *boobstreaming*, por ejemplo: se estableció desde una cronología dos generaciones en las que fueron apareciendo jugadoras con estas características en Latinoamérica: la primera generación coincide con la creación de Twitch y con su popularización, rastreada a partir del 2013; la segunda con la creación de Facebook Gaming, competencia de Twitch, después del 2018. Se recomienda estar atentos a una posible tercera generación, derivada del confinamiento a causa de la pandemia de Covid-19.

Investigando, concluimos que cada vez es más difícil generar dinero en Twitch y en Facebook Gaming, esto debido al reajuste del precio de las suscripciones y la popularización de la actividad; de esta manera comprobamos que algunas *streamers* utilizan los recursos que les ofrecen otras plataformas, sobre todo para acrecentar su base de seguidores y con esto su popularidad, además de generar ingresos en otros sitios, en los que puedan ganar aún más dinero, como en las páginas de contenido exclusivo, como OnlyFans y Mi Priv. Debido a la dificultad cada vez mayor de generar dinero y a la competencia que existe con otros canales de *streaming* y de contenido, las *streamers* han encontrado una forma de captar la atención, sobre todo del público masculino, a través del uso de escotes y otras prácticas que tienen relación con el sexo, como los gemidos y los bailes que hacen cada vez que reciben una suscripción. De esta manera pueden utilizar al sexo como recurso, ya sea para generar deseo en sus seguidores o también para crear polémica, tensión que se traslada a los propios comentarios que reciben en sus fotografías y transmisiones, donde hay comentarios ofensivos, en los que se refieren a sus cuerpos y a la opinión y descalificación de algunos de sus seguidores.

Uno de los elementos que vuelve muy atractivas las transmisiones de *gaming* es el de la interacción, esto se refiere a la posibilidad de que la *streamer* responda en vivo las preguntas de sus seguidores o lea sus comentarios. Si bien el término “*boobstreamer*” surge como una manera despectiva de referirse a algunas *streamers* que son mujeres, en la investigación analizamos a diez perfiles de *streamers* cuyo contenido está en español y que lejos de sentirse atacadas o aludidas, de alguna manera se apropian del término, obteniendo beneficios, como la popularidad y la generación de dinero; en ese contexto adquiere mayor sentido la

declaración de Ari Gameplays, las *streamer* latinoamericana más seguida en Twitch, que asegura que utiliza escote cada que puede.

Se hizo un análisis del devenir y el tránsito que ha tenido el fenómeno en cuanto a las plataformas se refiere: empezando en Twitch, pero al ser censurado y castigado a través del código de vestimenta, algunas *streamers* se trasladaron a Facebook Gaming, donde han encontrado menos restricciones en las reglas comunitarias. Recientemente Twitch se ha suavizado con sus políticas y ha permitido que algunas *streamers* regresen a su plataforma; actualmente el fenómeno puede ser ubicado en ambos sitios, pero también se recomienda seguir investigando su desplazamiento, sobre todo atendiendo a las políticas que generan las plataformas, ya sea para censurar el contenido y castigar a las cuentas de las *streamers* o para promocionarlas y promover sus prácticas.

Se investigó que las *streamers* en sus fotografías y transmisiones han creado una estética de su apariencia, donde utilizan el maquillaje, los filtros de las aplicaciones y usan accesorios, como diademas en forma de orejas de animales, pelucas y lentes de contacto, logrando el efecto de crear una imagen que no busca representar ni corresponder con lo que existe en el mundo empírico, sino que tiene la intención de producir a la realidad y asemejarse a los personajes fantásticos que aparecen en los videojuegos y el *anime*, creando en el proceso la imagen de mujeres fantásticas; donde hay varios elementos que terminan por ser contrastantes, como el uso de escenarios en colores suaves, con muñecos y peluches de fondo, mientras que en el centro aparece ropa en colores oscuros y ceñida. Hay una tensión similar en las *streamers*, donde vemos rostros que detonan y expresan juventud, desde la expresión de ciertas muecas, como sacar la lengua o hacer guiños, pero al mismo tiempo se muestran cuerpos sexualmente desarrollados que no corresponden con los rostros aniñados.

La mirada en las *streamers* es fundamental para crear la ficción de la intimidad, sentido que se refuerza cuando apreciamos que las transmisiones son siempre desde espacios privados, generalmente en lo que parecen ser sus cuartos; de esta manera se explota el elemento de la interactividad, creándose una relación de poder entre aquellos que miran y quién es vista, en este caso las *streamers*. Aunque no es una relación desventajosa todo el tiempo, ya que las *streamers* conservan capacidad de agencia y pueden decidir cuando terminar una transmisión o elegir qué comentarios leer y cuales ignorar, sobre todo aquellos que son directamente ofensivos y sexualizantes.

En el trabajo de investigación se reflexionaron las relaciones que se dan entre mujeres y hombres, aún en el espacio digital; teniendo una injerencia importante lo derivado del género, donde lo masculino y lo femenino se concibe diferente y enfrentado, estando lo femenino históricamente desfavorecido y dominado por el ámbito de lo masculino. Vemos que dichos sentidos genéricos se confirman, al establecerse que las mujeres tienen una función y un papel social que es diferente al de los hombres; en este caso vemos que en los comentarios de los usuarios que siguen las transmisiones está latente el prejuicio de que las mujeres sirven como objetos, unos que además son sexuales, que producen su placer y también lo satisfacen, volviéndose una cuestión de segundo término para los seguidores el juego y la habilidad de las *streamers*. En el punto de los comentarios se reflexionó cómo se articula la masculinidad en el espacio digital, donde se crean sentidos a través de prácticas sociales, hasta establecerse un sentido de la normalidad, por ejemplo en el fenómeno, donde usuarios que son desconocidos entre ellos terminan por retroalimentar positivamente a otros comentarios, sobre todo los que están en un tono sexualizante; y descalifican a los que no lo son, construyéndose el sentido de lo que está bien visto y lo que es deseable, siendo la sexualización de la streamer, lo que es detestable es pretender ser amable con ella.

Se revisó que existe una larga tradición de pensamientos y prácticas que han cosificado sistemáticamente a las mujeres y a sus cuerpos, al tratarlas como objetos que son medios para obtener ciertos fines, estableciéndose una sexualización de sus cuerpos, al asumirlos desde la mirada masculina, patriarcal, como cosas que sirven para algo, como producir placer y satisfacerlo. En ese punto, en el espacio digital nos encontramos con un tipo de cosificación sexual que es muy específico, uno que se da a través de la abstracción del cuerpo de las mujeres, es decir, que tiene como objeto de consumo a sus representaciones, a través de sus imágenes. Creando y estableciéndose todo un mercado, donde hay una oferta de dichas imágenes y también una demanda, donde los usuarios están dispuestos a pagar por ellas, estableciéndose un ciclo de producción.

La cuestión que tiene que ver con el dinero es medular en el fenómeno desde varias aristas, la primera lleva al cuestionamiento, ¿si no hubiera dinero de por medio este tipo de transmisiones existiría o sería tan popular? La segunda interrogante se analizó a la luz de un sistema social y económico donde se le asigna un valor económico al cuerpo de las mujeres,

aún desde su representación e imágenes, haciéndolo circular en el mercado como artículo más, que es producible y también consumible.

La reflexión más profunda tuvo que ver con el contexto en el que se desarrolla el fenómeno, el del neoliberalismo, donde la figura del tercero explotador se diluye, pero no la estructura de dominación y explotación; de esta manera hay una suerte de espinoso dilema, donde las mujeres pueden verse beneficiadas directamente con la circulación del dinero que generan las representaciones de sus cuerpos, pero ahora son las propias mujeres las que se deben explotarse, confirmando el estado de dominación constante, mismo que se ve difuminado en una cuestión que parece trivial y que tiene que ver con una supuesta elección, que se manifiesta de manera individual y voluntaria. La reflexión se deriva de la cuestión en la que los cuerpos de las mujeres y sus imágenes se vuelven recursos explotables; el cuestionamiento no fue directamente al por qué las *streamers* lo hacen, en todo caso el develamiento fue el de una estructura patriarcal, que asigna valor a los cuerpos de las mujeres y los vuelve objetos de explotación. Es desde este punto que la cuestión que tiene que ver con las imágenes de las *streamers* se vuelve problemática, ya que se puede argumentar que ellas son las productoras de sus propias imágenes, porque deciden cómo lucir y vestirse, además de que ellas son las fotógrafas, que eligen bajo qué ángulo aparecer y seleccionan la fotografía que más les guste, pero lo anterior está inserto en un contexto más amplio, en el que se descubre que las imágenes producidas están en función de un público al cual van destinadas, de esta manera no son fotografías plenamente libres, ya que están condicionadas por la mirada masculina, que demanda encontrar en ellas algo que ha estado conjurando, como el deseo que les pueda producir verlas. Dicha mirada masculina es tan potente y extendida que termina siendo internalizada en las propias mujeres y en sus imágenes.

Otro de los sentidos que se reitera en el fenómeno del *boobstreaming* tiene que ver con la división sexual de los espacios, desde una dicotomía que marca el lugar de las mujeres y el de los hombres, siendo el espacio de lo privado el ámbito de lo femenino y el público el de lo masculino. Las mujeres son vistas, mientras los hombres las miran; las mujeres son reducidas a objetos de contemplación y los hombres a sujetos activos que las miran.

La utilidad que tiene un trabajo así radica en que muestra el funcionamiento de un fenómeno que acontece en internet, mostrando los elementos que participan en él, como las plataformas, los sujetos, los contenidos y las tecnologías. En ese sentido contextualiza al fenómeno y

muestra todo aquello que lo permite y le da forma, rompiendo con la idea de la espontaneidad o la casualidad. En ese punto muestra una veta para la investigación social, teniendo por objeto de estudio los productos que son creados a partir de la acción social de los sujetos y también fruto de las interacciones y relaciones que mantienen con otros sujetos. Si bien trabajar con las imágenes puede ser desafiante, también es necesario y permite generar conocimiento del mundo social, mostrando que lejos de reducir la complejidad de las imágenes, el menester es asumirla, para recrear los contextos de aparición y producción, además de la recepción y circulación. Si bien el trabajo de investigación tiene un nivel descriptivo, lo que se desarrolló en estas líneas no tiene ninguna intención de justificar un orden social, todo lo contrario, la intención última que tiene este trabajo es mostrar el comportamiento de un fenómeno, pero su entendimiento está puesto en dar cuenta de que no hay ninguna necesidad determinante de que sea así siempre, si responde a una cuestión histórica, puede ser transformada; es así que invita a reflexionar en torno a las relaciones que establecen los hombres y las mujeres, buscando en el camino el entendimiento de que pueden y deben ser diferentes, al desafiar la idea tradicional de que las mujeres son objeto de contemplación o cuestionando la idea de que el mundo de los videojuegos es uno que debe ser masculino; las mujeres pueden incursionar en estos ámbitos con solvencia, sin necesidad de agregar elementos eróticos y sexuales a sus transmisiones, pero es un arduo camino, que no debe de ser abandonado, que tiene que ver con el reconocimiento de todos los involucrados, de que las mujeres tienen las mismas capacidades que los hombres y sobre todo con el compromiso de luchar contra el prejuicio que normaliza que las mujeres sean tratadas en función de su apariencia o atuendos, ya que nada justifica que reciban mensajes ofensivos ni sexualizantes; si los sujetos tienen capacidad de agencia, pueden modificar sus comportamientos y también el tipo de relaciones que establecen. La función de un trabajo como el presente tiene que ver con el develamiento y la comprensión del por qué sucede un fenómeno, lo que invita y compromete a las próximas investigaciones que se planteen las rutas para generar cambios, a través del desarrollo de instrumentos y de acciones que sirvan para lograr efectivamente la transformación del mundo social en el que habitamos.

ÍNDICE DE LAS IMÁGENES

Imagen 1.....	37
Imagen 2.....	52
Imagen 3.....	54
Imagen 4.....	56
Imagen 5.....	59
Imagen 6.....	61
Imagen 7.....	62
Imagen 8.....	63
Imagen 9.....	64
Imagen 10.....	65
Imagen 11.....	66
Imagen 12.....	67
Imagen 13.....	69
Imagen 14.....	71
Imagen 15.....	72
Imagen 16.....	74
Imagen 17.....	76
Imagen 18.....	77
Imagen 19.....	79
Imagen 20.....	82
Imagen 21.....	85
Imagen 22.....	87
Imagen 23.....	91
Imagen 24.....	92
Imagen 25.....	159
Imagen 26.....	160
Imagen 27.....	171
Imagen 28.....	172
Imagen 29.....	184
Imagen 30.....	186
Imagen 31.....	189

ÍNDICE DE LOS COMENTARIOS

Comentarios 1.....	52
Comentarios 2.....	57
Comentarios 3.....	63
Comentarios 4.....	63
Comentarios 5.....	64
Comentarios 6.....	64
Comentarios 7.....	78
Comentarios 8.....	78
Comentarios 9.....	83
Comentarios 10.....	83
Comentarios 11.....	86
Comentarios 12.....	88
Comentarios 13.....	89
Comentarios 14.....	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	38
Tabla 2.....	40

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.....	41
Gráfico 2.....	42
Gráfico 3.....	43
Gráfico 4.....	44
Gráfico 5.....	45
Gráfico 6.....	46
Gráfico 7.....	47
Gráfico 8.....	49
Gráfico 9.....	50
Gráfico 10.....	177
Gráfico 11.....	179

REFERENCIAS:

- **ABC CULTURA** (2019). “*Final feliz para la disputa entre Facebook y el usuario que compartió una imagen de <El origen del mundo>*”. Madrid: ABC. Disponible en: https://www.abc.es/cultura/arte/abci-final-feliz-para-disputa-entre-facebook-y-usuario-compartio-imagen-origen-mundo-201908080108_noticia.html
- **AGUIAR, A. & PERÉZ V.** (2021). “*Los datos que revelan el machismo en Twitch*”. En Business Insider España. Disponible en: <https://www.businessinsider.es/machismo-twitch-datos-ganan-streamers-seguidas-959977>
- **AMORÓS, C.** (1990). “*Violencia contra las mujeres y pactos patriarcales*”. En MAQUIEIRA, V. & SÁNCHEZ, C. (comp.) *Violencia y sociedad patriarcal*. Madrid: Editorial Pablo Iglesias.
- **APPLE INC** (2021). “*Garena Free Fire: Ilumina*”. En App Store. Disponible en: <https://apps.apple.com/ve/app/garena-free-fire-nuevo-inicio/id1300146617>
- **ARISTÓTELES** (1994). *Reproducción de los animales*. Madrid: Gredos.
- ----- (2005). *Ética a Nicómaco*. Madrid: Alianza Editorial.
- **ARJONA, K.** [@karjona]. (07 de marzo del 2021). “*Si consideramos canales exitosos aquellos que retransmiten al menos 20 días al mes, un total de 160 horas o más para 300 o más espectadores*” [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/karjona/status/1368701126447665156>
- **ARNAU, M.** (2018). “*¿Sexualidad en la diversidad o diversidad en la sexualidad? Nuevos retos para una nueva cultura sexual*”. En *Journal of Feminist, Gender and Woman Studies*.
- **ARREDONDO, C.** (2020). *La red social Facebook como dispositivo de control. Una mirada desde la filosofía de Foucault*. En *Sincronía*. México: Universidad de Guadalajara. Disponible en: https://www.redalyc.org/journal/5138/513862147008/html/#redalyc_articleIdVar#_ref10
- **ARTURI, G.** (2021). “*Comité Olímpico Internacional da espacio a eSports previo a Tokio*”. En *Forbes México*. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/comite-olimpico-internacional-espacio-esports-previo-tokio/>
- **ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE VIDEOJUEGOS** (2018). *La industria del videojuego en España. Anuario 2018*. AEVI: Madrid.
- **ÁVILA, A.** (2015). “*La violencia genérica patriarcal y la construcción sociocultural de las mujeres anoréxicas y bulímicas*”. México: STUNAM. Disponible en: <https://stunam.org.mx/8prensa/8forouniver1/forouniver4/8fu4-2arteycultura.htm>
- **BARTRA, R.** (1987). *La jaula de la melancolía*. México: Grijalbo.
- **BATAILLE, G.** (1987). *El erotismo*. Barcelona: Tusquets.

- **BEAUVOIR, S.** (1969). *El segundo sexo. Los hechos y los mitos*. Buenos Aires: Siglo Veinte.
- **BENJAMIN, W.** (1989). “*La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*”. En *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus.
- **BERGER, J.** (2016). *Modos de ver*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- **BOURDIEU, P.** (1990). *Espacio social y génesis de las clases*. En Bourdieu Pierre, *Sociología y cultura*. (comp.) México: Grijalbo.
- ----- (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.
- ----- (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- **BRITO, L., JIMÉNEZ, D., SINCHE, E. & ANGULO, A.** (2021). “*Cuerpo y cosificación sexual: percepciones en la comunidad indígena shuar*”. En *Ciencia y Enfermería*. Disponible en: <https://www.scielo.cl/pdf/cienf/v27/0717-9553-cienf-27-17.pdf>
- **BURILLO, G.** (2019). “*Análisis de la pornografía: la mujer como objeto de estudio*”. Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible en: <https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2019/217044/JBurillogil.pdf>
- **CANGAS, O.** (2006). “*El amor se volvió mujer. Las mujeres y el amor en el México colonial*”. En Instituto de Ciencias Sociales y Administración, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Disponible en: <http://www3.uacj.mx/DGDCDC/SP/Documents/avances/Documents/2006/Avances%20132.%20Omar%20Cangas.pdf>
- **CARRALERO, R.** (2002). “*Abolicionismo y Reglamentarismo*”. En Jornadas sobre “Prostitución: debate y propuestas para la intervención municipal”, Fuenlabrada.
- **CASTELLS, M. & SUBIRATS, M.** (2007). *Mujeres y hombres. ¿Un amor imposible?* Madrid: Alianza Editorial.
- **CASTRO, E.** (2004). *El vocabulario de Michel Foucault. Un recorrido alfabético por sus temas, conceptos y autores*. Buenos Aires: Prometeo – Universidad Nacional de Quilmes.
- **CERVERA, I.** (2019). “*Gameplay*”. En GeekNo by Fleebe. Disponible en: <https://www.geekno.com/glosario/gameplay>
- **CHACÓN, P.** (2008). “*La mujer como objeto sexual en la publicidad*”. En *Revista Comunicar*, 16(31).
- **CID, D.** (2019). “*Facebook hace público su algoritmo para censurar contenido dañino*”. En TreceBits. Redes sociales y tecnología. Disponible en: <https://www.trecebits.com/2019/08/05/facebook-hace-publico-su-algoritmo-para-censurar-contenido-danino/>
- **CNDH MÉXICO** (2018). “*Respeto a las diferentes masculinidades*”. Disponible en: https://www.cndh.org.mx/sites/default/files/doc/Programas/Ninez_familia/Material/trip-respeto-dif-masculinidades.pdf

- **COBO, R.** (2015). “*El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad*”. En Investigaciones Feministas, 6. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/view/51376>
- **CONNELL, R.** (2003). *Masculinidades*. México: Programa Universitario de Estudios de Género, UNAM.
- **CONTRERAS, U.** (2021). “*Ninja hace historia al superar los 17 millones de seguidores en Twitch*”. En LevelUp. Disponible en: <https://www.levelup.com/noticias/648984/Ninja-hace-historia-al-superar-los-17-millones-de-seguidores-en-Twitch>
- **COPP, D.** (1983). *Pornography and Censorship. An Introductory Essay*. Nueva York: Prometheus Books.
- **CULTURA GAMER** (2021). “*Asesinan a la jugadora “Sol” de CoD Mobile en Brasil*”. Disponible en: <https://cultura-gamer.com/asesinan-a-la-jugadora-sol-de-cod-mobile-en-brasil/>
- **DAFONTE, A.** (2015). “*Aproximación teórica al concepto de viralidad desde el punto de vista de la comunicación. Aplicación y repercusiones en los contenidos publicitarios audiovisuales*”. Valencia: Editorial Campgráfico.
- **D'AUBETERRE** (1999). “*Cruzar la frontera, pedir la novia...*” En Revista Tramas. México: UAM-X.
- **DE ANDRÉS, S.** (2006). “*Hacia un planteamiento semiótico del estereotipo publicitario de género*”. En Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica.
- **DE MARTINO, M.** (2013). “*Connell y el concepto de masculinidades hegemónicas: notas críticas desde la obra de Pierre Bourdieu*”. En Revista Estudios Feministas. Brasil: Universidad Federal de Santa Catarina. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/381/38126283028.pdf>
- **DE MIGUEL, A.** (2015). *Neoliberalismo sexual. El mito de la libre elección*. Madrid: Cátedra.
- **DICCIONARIO DEL ESPAÑOL DE MÉXICO DEM** (2021). “*Moda*”. En El Colegio de México. Disponible en: <https://dem.colmex.mx/Ver/moda>
- **DORIA, P.** (2012). “*Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*”. En Cuaderno 42, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/378_libro.pdf
- **ELIZALDE, A., MARTÍ, M. & MARTÍNEZ, F.** (2006). “*Una revisión crítica del debate sobre las necesidades humanas desde el Enfoque Centrado en la Persona*”. En Polis. Santiago: Universidad de Los Lagos.
- **ELSTER, J.** (2010). *La explicación del comportamiento social. Más tuercas y tornillos para las ciencias sociales*. Barcelona: Gedisa Editorial

- **EL CONFIDENCIAL** (2021). “*El crimen que conmociona al mundo 'gamer': 'Recuerdo lo que hice y lo hice porque quise'*”. Disponible en: https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2021-02-26/gamer-asesinato-call-of-duty_2968920/
- **EL PAÍS** (2021). “*El aterrador asesinato de una jugadora de Call of Duty en Brasil, por parte de otro gamer*”. Disponible en: <https://www.elpais.com.co/mundo/el-aterrador-asesinato-de-una-jugadora-de-call-of-duty-en-brasil-por-parte-de-otro-gamer.html>
- **EL SIGLO DE TORREÓN** (2020). “*AriGameplays se vuelve viral por comprar camioneta Mercedes solo de Onlyfans*”. Disponible en: <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/2020/arigameplays-se-vuelve-viral-por-comprar-camioneta-mercedes-solo-de-onlyfans.html>
- **EPIC GAMES** (2022). “*Fortnite*”. Disponible en: <https://www.epicgames.com/fortnite/es-ES/home>
- **ESCORZA, D.** (2008). *Fotografía e historia. Un modelo para armar. Elementos básicos para la investigación en fotografía*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- **FACEBOOK** (2021). “*Condiciones del servicio*”. Disponibles en: <https://www.facebook.com/legal/terms>
- ----- (2021). “*Normas comunitarias*”. Disponible en: <https://www.facebook.com/communitystandards/introduction>
- ----- (2022). “*Información sobre la transmisión de partidas de juegos en alta definición*”. Disponible en: <https://www.facebook.com/business/help/440620969777882?id=648321075955172>
- **FACEBOOK GAMING** (2018). “*Estadísticas y estudios del mercado de los videojuegos*”. Disponible en: <https://www.facebook.com/fbgaminghome/marketers/insights>
- **FACEBOOK GAMING** (2021). “*Unirse al programa Level Up*”. Disponible en: <https://www.facebook.com/fbgaminghome/creators/levelup#tab2>
- **FAVERÓN, O.** (2021). *Plataformas de videojuegos, televisión y distintos contenidos en streaming*. En Amazon. Disponible en: <https://www.amazon.com/-/es/Oswaldo-Enrique-Faver%C3%B3n-Patriau-ebook/dp/B08WBXHGQ6>
- **FONTCUBERTA, J.** (2016). *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- **FOUCAULT, M.** (1980). *Microfísica del poder*. Madrid: La Piqueta.
- ----- (1980). “*El ojo del poder*”, entrevista con Michel Foucault. En Bentham, Jeremías: “El Panóptico”. Barcelona: La Piqueta.

- ----- (1991). *El sujeto y el poder*. Santiago: Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. Disponible en: http://148.202.18.157/sitios/catedrasnacionales/material/2010a/martin_mora/3.pdf
- ----- (1990). *Tecnologías del yo*. Barcelona: Editorial Paidós.
- ----- (1998). *Historia de la sexualidad 1: La voluntad del saber*. Madrid: Siglo Veintiuno Editores.
- ----- (1999). *Estética, ética y hermenéutica*. Barcelona: Paidós.
- ----- (2003). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- ----- (2005). *Poder psiquiátrico. Curso en el Collège de France (1973-1974)*. Argentina: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- ----- (2012). *El poder, una bestia magnífica*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- **FRAGOSO, P.** (2020). “*Pactos patriarcales en el ocultamiento de un delito: femicidio y violaciones a los derechos humanos en Chiapas, el caso de Francisca Flor de la Cruz Hernández y su familia*”. Brasilia: Revista Sobre Acesso à Justiça e Direitos Nas Américas.
- **FREUD, S.** (1905). *Tres ensayos de teoría sexual*. México: PUEG, UNAM.
- **FREUND, G.** (1983). *La fotografía como documento social*. Barcelona: Gustavo Gili.
- **FRYE, M.** (1983). *Politics of Reality: Essays in Feminist Theory*. New York: Crossing Press.
- **FUNDÉU** (2008). “*El español de los jóvenes*”. En III Seminario Internacional de Lengua y Periodismo. San Millán de la Cogolla: Fundación San Millán. Disponible en: <https://www.fundeu.es/wp-content/uploads/2016/05/El-espan%CC%83ol-de-los-jo%CC%81venes-conclusiones.pdf>
- **GALÁN, C.** (2019). “*Análisis y valoración de los eSports mediante la metodología multicriterio AHP*”. Valencia: Facultad de Administración y Dirección de Empresas.
- **GAMESTOP** (2021). “*¿Qué es el gaming? Definición de gaming*”. Disponible en: <https://www.gamestop.es/definicion-gaming/>
- **GARCÍA, J.** (2018). “*Los eSports son territorio hostil para las mujeres*”. En El País. Disponible en: https://elpais.com/retina/2018/03/05/tendencias/1520266846_399154.html
- **GIDDENS, A.** (1993). *Las nuevas reglas del método sociológico*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- ----- (2006). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- **GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO** (2021). “*Tradiciones populares*”. Disponible en: https://edomex.gob.mx/tradiciones_populares

- **GOOGLE PLAY** (2022). “*Minecraft*”. Disponible en: https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mojang.minecraftpe&hl=es_MX&gl=US
- **GÓMEZ, R. & ALMANSA, A.** (2018). “*El cuerpo de la mujer en la publicidad de las revistas femeninas de alta gama*”. En Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/160/16057171026/html/>
- **GRASSENGER, H. & KROGERUS, M.** (2017). “*Acabo de mostrar que hay una bomba*”. Disponible en: <https://www.dasmagazin.ch/2016/12/03/ich-habe-nur-gezeigt-dass-es-die-bombe-gibt/>
- **GUARNEROS, F.** (2021). “*Twitch creció un 40% en la segunda mitad de 2020 gracias a la pandemia*”. En Expansión. Disponible en: <https://expansion.mx/tecnologia/2021/05/25/twitch-crecio-un-40-gracias-a-la-pandemia>
- **GUBERN, R.** (1996). *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- ----- (2000). *El eros electrónico*. Madrid: Taurus.
- ----- (2005). *La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- **HABLEMOS DE GAMERS** (2021). “*¿Qué es el gaming? Definición de gaming*”. Disponible en: <https://hablamosdegamers.com/noticias/social/que-es-gaming-definicion-de-gaming/>
- **HALD, G.** (2006). “*Gender differences in pornography consumption among young heterosexual Danish adults*”. En Archives of Sexual Behavior, 35 (5).
- -----, **KUYPER, L., ADAM, P. & WIT, J.** (2013). “*Does viewing explain doing? Assessing the association between sexually explicit materials use and sexual behaviors in a large sample of Dutch adolescents and young adults*”. En Journal of Sexual Medicine, 10(2).
- **HARDY, E. & JIMÉNEZ, A.** (2001). “*Masculinidad y género*”. En Revista Cubana de Salud Pública. Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/rcsp/v27n2/spu01201.pdf>
- **HARPER, C. & HODGINS, D.** (2016). “*Examining correlates of problematic internet pornography use among university students*”. En Journal of Behavioral Addictions, 5.
- **HERNÁNDEZ, I.** (2017). “*La (no) superación de los géneros: Críticas a la dicotomía hombre-mujer*”. México: Facultad de Filosofía y Letras, UNAM.
- **HERNÁNDEZ, J.** (2021). “*Diana Acevedo 'xLightmoonx', así es la vida de una gamer profesional*”. En Milenio. Disponible en: <https://www.milenio.com/tecnologia/videojuegos/xlightmoonx-asi-es-la-vida-de-una-gamer-profesional>

- **HERRERA, M.** (2000). “*La relación social como categoría de las Ciencias Sociales*”. En Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- **HERRERO, A.** (2018). “*Ecofeminismos: apuntes sobre la dominación gemela de mujeres y naturaleza*”. En Ecología Política. Cuadernos de debate internacional. Disponible en: <https://www.ecologiapolitica.info/?p=10136>
- **HINOJOS, D.** (2019). “*Neoliberalismo sexual*”. En Debate Feminista 58. México: Centro de Investigaciones y Estudios de Género, UNAM.
- **HORKHEIMER, M.** (1973). *Crítica de la razón instrumental*. Buenos Aires: Sur.
- ----- & **ADORNO, T.** (1998). *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. Valladolid: Editorial Trotta.
- **INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL** (2021). “*Violentómetro*”. México: Unidad Politécnica de Gestión con Perspectiva de Género, IPN. Disponible en: <https://www.ipn.mx/genero/inicio/violentometro-banner.pdf>
- **LEGIDO, T.** (2004). “*Prototipos de mujer en la historia de la fotografía*”. En Binaria. Revista de comunicación, cultura y tecnología, Universidad Europea de Madrid. Disponible en: https://abacus.universidadeuropea.es/bitstream/handle/11268/2865/toya_legido.pdf?sequence=1
- **LERNER, G.** (1990). *La creación del patriarcado*. Barcelona: Editorial Crítica, S.A.
- **LÉVI-STRAUSS, C.** (1969). *Las estructuras elementales del parentesco*. Barcelona: Paidós Básica.
- **LIBER, C.** (2021). “*La fuga de streamers a Facebook Gaming: ¿Quién se va y por qué?*” En Movistar eSports. Disponible: https://esports.as.com/bonus/influencers/fuga-streamers-Facebook-Gaming-va_0_1500149974.html
- **LINARES, E.** (2019). *El iceberg digital Machista: Análisis, prevención e intervención de las realidades machistas digitales que se reproducen entre la adolescencia de la CAE*. Vitoria-Gasteiz: Instituto Vasco de la Mujer.
- ----- (2020). “*Videojuegos: ¿entretenimiento exclusivo para hombres*” En Diario de México. Disponible en: <https://www.diariodemexico.com/videojuegos-entretenimiento-exclusivo-para-hombres>
- **LIPOVETSKY, G.** (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.
- **LOCKE, J.** (2006). *Segundo Tratado sobre el Gobierno Civil. Un ensayo acerca del verdadero origen, alcance y fin del Gobierno Civil*. Madrid: Alianza Editorial.
- **LÓPEZ, S.** (2008). “*Reificación (‘Verdinglichung’)*”. En Revista Realidad. San Salvador: UCA.

- **LUKÁCS, G.** (1968). *Geschichte und Klassenbewusstsein*. Neuwied/Berlin: Luchterhand.
- **LUMBRERAS, N.** (2013). “*Estereotipos de género en los juguetes, de los niños de educación primaria*”. Logroño: Universidad Internacional de La Rioja.
- **MALDONADO, J.** (2015). “*No seas puto, camina como se debe*” *Expresiones de la violencia sexual en estudiantes de Ingeniería*. En Entramado. Cali: Universidad Libre de Cali. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-38032015000200011
- **MALDONADO BAEZA, R.** (2016). “*Historia de la moda en México*”. En The Runway News. Disponible en: <https://therunwaynewsdotcom.wordpress.com/2016/01/19/historia-de-la-moda-en-mexico/>
- **MALEN, J.** (1992). “*Acerca de la pornografía*”. En Revista del Centro de Estudios Constitucionales. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra.
- **MARCA GAMING** (2021). “*Vergüenza: Una streamer abandona una partida por comentarios machistas*”. Disponible en: <https://www.marca.com/videojuegos/lo-mas-gaming/2021/01/04/5ff356e946163f8a918b45cd.html>
- **MARRA, G., RODRIGUES, B., STENGEL, M. & FREITAS, M.** (2016). “*Estetización del self en redes sociales: contradicciones humanas y producción subjetiva contemporánea*”. En Revista de Psicología. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/3378/337846349005/html/>
- **MARTÍN, T.** (2017). *Los blogs de moda: nuevos preservadores de los estereotipos de género de las revistas femeninas*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- **MARX, K.** (2008). *El capital. Crítica de la economía política. Libro Primero. El proceso de producción de capital*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- ----- & **ENGELS, F.** (2010). *Tesis sobre Feuerbach y otros escritos filosóficos*. Caracas: Fundación Editorial El perro y la rana. Centro Simón Bolívar.
- **MATEO, N. & ANTONIUCCI, M.** (2013). “*Una perspectiva del poder en Foucault y Bourdieu*”. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Disponible en: <https://www.aacademica.org/000-076/55.pdf>
- **MAYAYO, P.** (2003). *Historias de mujeres, historias de arte*. Madrid: Cátedra.
- **MEGÍAS, I. & ROGRÍGUEZ, E.** (2014). *Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud.
- **MERLYN, M., JAYO, L., ORTÍZ, D. & MORETA-HERRERA, R.** (2020). “*Consumo de pornografía y su impacto en actitudes y conductas en estudiantes universitarios ecuatorianos*”. En *Psicodebate*, 20. Disponible en: <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/psicodebate/article/view/1871/3335>

- **MILENIO DIGITAL** (2019). “*Qué es el ASMR, los sonidos que se sienten en la piel*”. Disponible en: <https://www.milenio.com/estilo/asmr-que-significa-y-para-que-sirve>
- **MONROY, R.** (2008). “*Memoria gráfica, identidad y género: imágenes de mujeres en la posrevolución mexicana*”. México: ENAH. Disponible en: <https://www.enah.edu.mx/publicaciones/documentos/100.pdf>
- **MOSHER, D. & TOMKINS, S.** (1988). *Scripting the Macho Man: Hypermasculine Socialization and Enculturation*. The Journal of Sex Research.
- **MOVISTAR ESPORTS** (2021). “*Face to F4c3 AriGamePlays*”. Disponible en: https://esports.as.com/entrevistas/AriGameplays-banearon-Twitch-escotes-personal_0_1472552737.html
- **MOYA, P.** (2007). “*Atributos y connotaciones de las figuras femeninas mayas desde algunas imágenes clásicas y posclásicas*”. En RODRÍGUEZ, M. *Las mujeres en Mesoamérica prehispánica*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- **MRAZ, J.** (2018). *Historiar fotografías*. México: Instituto de Investigaciones en Humanidades de la Universidad Benito Juárez de Oaxaca.
- **NADAL, A.** (2010). “*El concepto de mercado*”. En *Conceptos y fenómenos fundamentales de nuestro tiempo*. México: Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM. Disponible en: http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/450trabajo.pdf
- **NAKANDALA, S., CIAMPAGLIA, G., MAKOTO, N. & AHN, Y.** (2016). “*Gendered Conversation in a Social Game-Streaming Platform*”. Estados Unidos: Indiana University.
- **NECCHI, S. & SCHUFER, M.** (2001). “*Adolescente varón: iniciación sexual y anticoncepción (Argentina)*”. En *Revista Chilena de Pediatría*. Santiago: Sociedad Chilena de Pediatría. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4067/S0370-41062001000200015>
- **NEWBERRY, C.** (2020). “*33 estadísticas de Facebook que todo mercadólogo debe conocer en 2020*”. En Hootsuite. Disponible en: <https://blog.hootsuite.com/es/estadisticas-de-facebook/>
- **ONIGIRI.NANAAA.** [@onigiri.naaaa]. (13 de diciembre de 2021). “*wish I looked like u*” *YOU LITERALLY CAN LMAO 3 STEP E-GIRL ILLUSION* [TikTok]. https://www.tiktok.com/@onigiri.naaaa/video/7041344269499550981?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7063260903722370565
- **ONLYFANS** (2022). “*Nuestro equipo y objetivos*”. Disponible en: <https://onlyfans.com/about.html>
- **OLICON, E.** (2021). “*Ingrid ‘Sol’ Oliveira: La naciente estrella de Call of Duty que se apagó por feminicidio*”. En *Tierra Gamer*. Disponible en: <https://tierragamer.com/ingrid-sol-oliveira-jugadora-call-of-duty-mobile/>

- **OLVERA, R.** (1998). “*¿Eran misóginos los griegos?*” México: Estudios Políticos, UNAM. Disponible en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rep/article/download/37182/33766>
- **PEIRÓ, R.** (2019). “*Streaming*”. En Economipedia. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/streaming.html>
- **PETROVIC, G.** (1984). *Diccionario del pensamiento marxista*. Madrid: Tecnos.
- **PFEIFER, G. & FELLAY, J.** (1975). “*Los elementos del mercado*”. En Revista de Marina. Villa del Mar. Disponible en: <https://revistamarina.cl/revistas/1975/6/gpfeifern.pdf>
- **PINEDA, A.** (2001). “*Sexo, mujer y publicidad: las nuevas Bacantes*”. En VV.AA. Mujer, cultura y comunicación. Sevilla: Alfar.
- **PIZZABOITY** (2016). “*Boobstreamer*”. En Urban Dictionary. Disponible en: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Boobstreamer>
- **RAMÍREZ, J.** (2014). “*Cómo el español de España genera americanismos: a propósito del americanismo puto “homosexual”*”. En Lengua y Habla. Venezuela: Universidad de los Andes. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/5119/511951374001.pdf>
- **READ, P. & MEYER, M.** (2000). *Restoration of motion picture film*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- **REY, J. & GARRIDO, M.** (2007). “*Sisley o el erotismo como estrategia publicitaria*”. En Média, Creativitat i limits. IV Congres Internacional comunicació i realitat. Disponible en: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/29344/sisley.pdf?sequence=1>
- **RODRÍGUEZ, D.** (2021). “*El pacto patriarcal: una complicidad histórica entre los hombres para mantener sus privilegios*”. En El País. Disponible en: https://verne.elpais.com/verne/2021/02/18/mexico/1613666743_196427.html
- **ROMERO, I.** (2021). “*Cómo ganar dinero con Twitch y rentabilizar tu streaming*”. En Metricool. Disponible en: <https://metricool.com/es/ganar-dinero-en-twitch/>
- **RUBIN, G.** (1986). “*El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo*”. México: Revista Nueva Antropología, UNAM.
- **SALES, B.** (2021). “*La eLiga MX alcanzó nueve millones de espectadores*”. En Esto. Disponible en: <https://www.esto.com.mx/545423-eliga-mx-nueve-millones-espectadores-2021-exito-esports/>
- **SAMUELSON, P.** (2005). *Economics*. Nueva York: McGraw-Hill.
- **SANMARTÍN, J.** (2021). “*Twitch bajará los precios de las suscripciones: quiere facilitar el apoyo del público a sus streamers favoritos*”. En Vida Extra. Disponible en: <https://www.vidaextra.com/streaming/twitch-disminuir-precios-suscripciones-para-facilitar-apoyo-publico-a-sus-streamers-favoritos>

- **SANTILLÁN, V. & ORTÍZ, A.** (2013). *“Reflexiones en torno a Foucault: su perspectiva de sentido común, discurso y su relación con el poder”*. En Astrolabio, CIECS CONICET.
- **SCOTT, J. W.** (1996). *“El género: una categoría útil para el análisis histórico”*. En LAMAS, M. (comp.) *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. México: PUEG.
- **SEGATO, R.** (2016). *La guerra contra las mujeres*. Madrid: Traficantes de sueños.
- **SILVA, G. & GARDUÑO, G.** (1997). *“La teoría sociológica de Émile Durkheim”*. En (comp.) *Antología de teoría sociológica clásica. Émile Durkheim*. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.
- **SINGER, P.** (1999). *Liberación animal*. Madrid: Editorial Trotta.
- **SOLOAGA, P.** (2012). *“Cuerpos mediáticos versus cuerpos reales. Un estudio de la representación del cuerpo femenino en la publicidad de marcas de moda en España”*. En Revista ICONO14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes.
- **STREAM HATCHET** (2017). *“¿Las mujeres lo tienen más fácil en Twitch?”*. Disponible en: <https://medium.com/@streamHatchet/las-mujeres-lo-tienen-m%C3%A1s-f%C3%A1cil-en-twitch-ce24a4a361b1>
- **TEJEDOR, O.** (2021). *“El 90% de los canales de Twitch emiten para 3 o menos espectadores”*. En Marca Gaming. Disponible en: <https://www.marca.com/videojuegos/lo-mas-gaming/2021/03/08/6046004946163fd2ae8b468d.html>
- **TÉLLEZ, A. & VERDÚ, A.** (2011). *“El significado de la masculinidad para el análisis social”*. En Revista Nuevas Tendencias en Antropología. Disponible en: <http://www.revistadeantropologia.es/Textos/N2/EI%20significado%20de%20la%20masculinidad.pdf>
- **TWITCH** (2018). *“Desnudez, pornografía y otro contenido sexual”*. Disponible en: <https://www.twitch.tv/p/es-mx/legal/community-guidelines/sexualcontent/>
- ----- (2022). *“Bits y suscripciones”*. Disponible en: <https://www.twitch.tv/creatorcamp/es-mx/get-rewarded/bits-and-subscriptions/>
- **VACCA, L.** (2012). *“Una crítica feminista al Derecho a partir de la noción de biopoder de Foucault.”* Buenos Aires: Páginas de Filosofía.
- **VALENCIA, S.** (2010). *Capitalismo gore*. España: Editorial Melusina.
- ----- (2018). *“Psicopolítica, celebrity culture y régimen live en la era de Trump”*. Norteamérica, Revista Académica Del CISAN-UNAM. Disponible en: <https://doi.org/10.22201/cisan.24487228e.2018.2.348>
- **VARGAS, P.** (2017). *México: Derechos humanos en crisis. Políticas de Estado y emergencias humanitarias*. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

- **VERIZON** (2020). “*Streaming. Definición*”. Disponible en: <https://espanol.verizon.com/info/definitions/streaming/>
- **VILLA, E.** (2010). “*Estudio antropológico en torno a la prostitución*”. En Cuicuilco. México: Escuela Nacional de Antropología e Historia. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592010000200009
- **VON WOBESER, G.** (2015). “*Antecedentes iconográficos de la imagen de la Virgen de Guadalupe*”. En Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas, México: UNAM. Disponible en: <http://www.analesiie.unam.mx/index.php/analesiie/article/view/2558/3135>
- **VON WRIGHT, G.** (2000). *Explicación y comprensión*. Madrid: Alianza Editorial.
- **WALBY, S.** (1968). *Patriarchy at work: patriarchal and capitalist relations in employment*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- **WEBER, M.** (2002). *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- **WELTI, C.** (2005). “*Inicio de la vida sexual y reproductiva*”. En Papeles de Población. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/112/11204507.pdf>
- **YUAN, Y.** (2021). “*Mapa de mercado de la economía del creador de SignalFire*”. En SignalFire Blog. Disponible en: <https://signalfire.com/blog/creator-economy/>