

Sexting

César Hazaki

NUMERO EDICION REVISTA: [El doble pensar de la hipocresía](#)

“Porque ese cielo azul que todos vemos, ni es cielo ni es azul, lástima grande que no sea
verdad tanta belleza”.

Lupercio Leonardo de Argenzola (1559-1613)

Desnudo provocador

El sexting es un fenómeno novedoso de la cultura adolescente que está llamando la atención, se trata del envío de fotografías personales de alto contenido sexual a las redes sociales de la web. En ellas, los jóvenes, se exhiben mostrando casi exclusivamente sus genitales. No hay duda de que son cada vez los usuarios que ponen frente al objetivo sus zonas erógenas para que circulen en la red. Son fotos que están al alcance de todo tipo de público, por sus características es posible que quienes las encuentren primero sean los consumidores de pornografía. Algo que los jóvenes conocen dado que la búsqueda de pornografía es la actividad que más internautas convoca. Cabe preguntar: ¿es a ese público ávido de pornografía que las fotos están dirigidas? No podemos dar una respuesta a esa pregunta, sí indicar que las fotos van hacia la zona de internet que tiene más rating. La operación se realiza desde la plataforma que revolucionó las comunicaciones: el teléfono celular inteligente que permite todas las acciones (sacar la foto, enviarla a las redes sociales, etc.). Nos encontramos así con un analizador, el sexting, que nos puede permitir avanzar en comprender los usos y efectos de la cultura mediática.

Comenzaremos por ubicar esta nueva palabra en inglés. Se trata de la unión de: a) sex (sexo) y b) texting (envío de texto). Las encuestas que se conocen hasta ahora nos informan que un adolescente de cada cinco ha realizado la experiencia de sexting[1]. En otras se habla de que el 36% de los/las jóvenes que poseen celular se han tomado fotos de neto sentido sexual para compartir por internet[2]. No hay duda que la tendencia será creciente dado el evidente furor de esta moda. Antes de que nos gane el escándalo o el prejuicio debemos tratar de entender los hechos.

¿De dónde venimos?

Debord definió a la cultura capitalista como una sociedad del espectáculo mucho antes del advenimiento de internet. Esta caracterización ayuda a comprender fenómenos como el sexting dado que las tecnologías de comunicación han potenciado y desarrollado el interés del capitalismo para que el espectáculo y su reina, la imagen, ocupen todo el campo de la sociabilidad y la subjetividad. Debord sostenía que la expansión del capitalismo venía impuesto por el desarrollo del espectáculo y sus imágenes.

Este modelo cultural establece como premisa central: **que la vida no tiene mucho sentido si no se consigue hacer de ella un espectáculo y si el mismo es de tipo erótico-placentero mucho mejor dado que es el marketing que “más rinde o mejor paga”, acorde con las condiciones generales de la exuberancia y el exceso que, por vía de la publicidad, la producción capitalista requiere y estimula.**

En este contexto socio cultural la imagen es propuesta como lo que hace cobrar sentido a la vida misma, se intenta hacernos llegar a la convicción de que se es lo que se exhibe (una derivación de un refrán capitalista: “tanto tienes, tanto vales”). Es evidente que para estos jóvenes que hacen sexting hoy parece imperioso desnudar su cuerpo y exhibirlo. **Un particular retrato, que no se localiza en el rostro sino en los genitales, del que se espera gratificación, reconocimiento.**

Proceso que demuestra cómo la búsqueda de la interioridad, que la burguesía propagó como parte de su modo de vida, ha ido desapareciendo en la sociedad del espectáculo, cobrando su remate final al compás de la virtualidad organizada y transmitida por la placenta mediática y sus máquinas de comunicar. Es que: “La intimidad ha sido puesta a la vista de todos en la Aldea Global: las cámaras se regodean mostrando todo. La sociedad del espectáculo hizo saltar por los aires a la intimidad. ¿Por qué? ¿Para qué? (no hay duda que) el sexo ya no es un negocio marginal del capitalismo, ha cobrado relieve global y es soporte de enormes proyectos económicos”[3], los que colaboran en sostener y ampliar los proyectos de los monopolios que dominan la web[4].

Todo esto plantea que las relaciones, entre lo que podríamos denominar mundo público y privado, se hallan siempre en reformulación por las lógicas de dominación predominantes y las diversas formas de rebelión ante las mismas. Son relaciones

precarias que danzan al compás de las luchas políticas. Alain Corbin señala que la mirada política dominante somete al cuerpo (lo que se permite mostrar, lo que se puede realizar en público, etc.) y termina estableciendo los bordes del mundo al que el sujeto puede acceder. Podemos decir que esa mirada política pugna por controlar y modificar el código social y sus normas de acuerdo a su conveniencia e intenta amañar deseos y trasgresiones.

El sexting como analizador

En este contexto hoy reina la extimidad donde todo lo que antes fue íntimo hoy es necesario ponerlo a la luz sin ningún tipo de velo. El código social vigente, que impulsa el capitalismo tardío, intenta borrar toda forma de pudor y avala que la sexualidad sea parte primordial del entretenimiento y de lo que es necesario mostrar, para confirmarlo no hay más que ver la tapa de revistas o los programas de televisión más exitosos. Como vemos, en la actividad del sexting, los adolescentes han comprendido perfectamente el modelo marketinero predominante y lo aplican con entusiasmo al fotografiarse desnudos; así realizan un streep tease cada vez más audaz para ser vistos y hacerse notar. Convengamos que, si dicho reconocimiento debe venir estrictamente de sus atributos sexuales, “algo está podrido en Dinamarca”.

Siendo imágenes que será casi imposible quitar o anular una vez puestas en la web, entendemos que el sexting es un analizador con múltiples posibilidades de abordaje:

- a) Es posible que quien envía las fotos busca reafirmaciones narcisísticas y personales por vía de sus imágenes eróticas subidas a la web.
- b) Cabría la posibilidad de que sus practicantes estén poniendo en ridículo el modelo social: si se trata de ver y consumir desnudos los jóvenes lo hacen hasta saturar la red. Como si fueran obreros japoneses que hacen huelga trabajando más horas.
- c) Que sea una respuesta al control social que las familias intentaron imponer sobre niños y jóvenes con los celulares – radares para evitar la independencia de la juventud. Asunto que fue encubierto con la justificación de la inseguridad reinante en el espacio público[5].

Podríamos ver allí un desafío que usa la misma herramienta con que los padres procuraron controlar el despegue juvenil.

d) Simplemente una identificación con lo que hacen los grandes medios multimedia: mostrar culos y tetas.

Conectividad

Estas formas de exhibirse se dan en un momento donde los jóvenes están hiperconectados: con la televisión prendida, mirando el chat o los mensajes de texto en internet y enviando mensajes por celular, todo al mismo tiempo y permaneciendo dentro de su casa o, en el caso de tenerla, encerrados en su habitación dialogando con sus amigos virtuales.

Las estadísticas más recientes de Argentina indican que los adolescentes pasan cuarenta y dos horas semanales conectados en el combo televisión – Internet, así casi dos días de la semana. A lo que se suma la alta dependencia a la conexión por celular, la conectividad se ha convertido en uno de los centros de su vida. Como se ve son usuarios y partícipes de un mundo que les es muy propio y conocido, pero no podemos dejar de señalar que estar en sus casas y conectados le da razón a Gubern cuando caracteriza ese mundo como claustrofílico. Para que esto ocurra la sexualidad debe transcurrir por allí, de lo contrario sería muy difícil de sostener tanto encierro. Con este predominio de la vida centrada en la imagen virtual, la sexualidad y sus avatares devienen también en virtuales, en ella las imágenes sexuales son imperiosas. Claro que, al modo de los grandes multimedios de comunicación, la lógica predominante indica que cuanto más se muestra, más es necesario mostrar para llamar la atención. Iniciados estos intercambios es necesario desnudar cada vez más los cuerpos. Ir cada vez más sobre el detalle genital que se considere diferente o sobresaliente.

No se puede hacer un corte absoluto entre este hecho y el pasado, es necesario buscar las mediaciones históricas, aquellas donde se puede establecer un conjunto de señales, que permiten localizar o focalizar algunas de las relaciones con lo nuevo. El sexting, es así una manera de mostrarse que tiene una historia de la cual es hija, trataremos de seguir sus rastros dentro de la producción industrial de imágenes.

Daguerre y el desnudo

Giancarlo Cárdenas, en su artículo “Historia de Desnudeces”, indica la primera relación entre la fotografía y el desnudo, ocurrida cuando Daguerre -cuyo invento, el daguerrotipo, data del año 1835- captura en forma permanente la imagen de las Tres Gracias en 1839. Diez años después se realizan las primeras imágenes de mujeres desnudas. No se sabe quién las hizo y las que posaban eran mujeres jóvenes, prostitutas o bailarinas, que cobraban por ello. Como se comprenderá los consumidores de dichas imágenes eran predominantemente varones que las podían llevar consigo, sin duda como parte necesaria del nuevo dispositivo masturbatorio que, a partir de ese momento, podía llevarse disimuladamente a cualquier parte.

Creemos que no se ha remarcado lo suficiente la incidencia de las imágenes en la práctica de la masturbación y cómo se promovió el uso de las mismas. Por ejemplo el ejército de Estados Unidos repartía fotos de mujeres desnudas entre los soldados que iban a la guerra. El objetivo era tranquilizar a la tropa; dado a la masturbación se esperaba que el soldado se aliviara de los horrores de la guerra.

Es notorio que con el daguerrotipo comenzó el circuito industrial de la producción de fotos de mujeres desnudas, dando así inicio a un negocio que durante mucho tiempo fue marginal y que hoy es de una potencia extraordinaria. Nos referimos a la pornografía.

En el plano que estamos trabajando nos interesa puntualizar que la imagen erótica se dirige hacia la insinuación y la sugerencia mientras que, por el contrario, la foto pornográfica busca borrar toda posibilidad de sugerencia para ir exclusivamente a mostrar en detalle el encuentro sexual y puntualizando la imagen en aquellas partes que se encuentran en conexión.

Mercadería porno

Convertida la pornografía en un mercado multitudinario no debe extrañarnos que los jóvenes recurran al modelo de la oferta carnal para darse a conocer. Tratan de ver, con ese solo recurso, si el mundo virtual los unge como “lindos y famosos”, es decir si los convierte en parte del mundo.

Desde esta perspectiva, estas producciones sexting, son parte de un Gran Hermano autorrealizado que combina encierro y excitación con la ilusión de encontrar pertenencia desde los genitales. En el universo poblado imágenes que promueve los ideales del consumo como la mejor manera de adaptarse socialmente, en la sociedad del espectáculo los jóvenes se ven invitados a reproducir en forma amateur el modelo pornográfico como única manera de estar en un mundo que los excluye en forma escandalosa. Los aumentos sistemáticos de los índices de desocupación de la población juvenil mundial así lo demuestran.

Es así que mostrarse al mundo desde los genitales y el encierro personal de quien lo realiza no deja de ser, como la define Beatriz Preciado cuando analiza el modelo llevado adelante por la revista Playboy, una pornotopía que sostiene los modelos predominantes de erotismo y encierro.

César Hazaki

Psicoanalista cesar.hazaki@topia.com.ar

Notas

[1] The New York Times, Estados Unidos.

[2] La Nación, Argentina.

[3] Hazaki, César, El cuerpo mediático, Editorial Topía, 2010.

[4] Muchos internautas tratan de sostener una visión ingenua sobre internet, donde no pueden dar cuenta de las enormes luchas por dominar la web.

[5] Hazaki, César, El cuerpo mediático, Editorial Topía, 2010.