

ACTAS 2016

I Jornadas Nacionales de Investigación en Ciencias Sociales de la UNCuyo

25 y 26 de Agosto de 2016

"Perspectivas actuales en la investigación en ciencias sociales: problemáticas, enfoques epistemológicos y abordajes teórico-metodológicos"

Sexualidad y virtualidad: algunas coordenadas para pensar el fenómeno del *sexting* desde el psicoanálisis

ISBN 978-987-575-164-4

Valentina Arias
valentina.arias.s@gmail.com

Proyecto de investigación: Un análisis de nuevas prácticas de exhibición sexual de los jóvenes de la ciudad de Mendoza a través de los medios digitales. Tesis de doctorado en Ciencias Sociales.

Dr. Roberto Follari (Director) Dra. Inés Dussel (co-directora)

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional de Cuyo

Resumen

El *sexting*, entendido como el envío de fotos o videos eróticos a través de medios digitales, es una práctica cada vez más extendida. ¿De qué se tratan estas prácticas? ¿qué características de la época ayudarían a explicar el fenómeno? Y fundamentalmente, ¿cómo interpretar, desde una mirada psicoanalítica, los procesos subjetivos que subyacen? Entendemos que la subjetividad es una construcción social, producida en un espacio y tiempo determinados. Nuestra época tiene una serie de particularidades que fomentan la aparición de prácticas vinculadas a la exhibición sexual a través de los medios digitales: el consumismo, el establecimiento de relaciones efímeras, la ampliación de la pornografía, entre otras. Esto provoca transformaciones en la subjetividad contemporánea que analizaremos haciendo pie en la teoría psicoanalítica.

Palabras clave

Sexting, tecnología, subjetividad, psicoanálisis

1. *Sexting*: Definición e incidencia actual

Desde comienzos del siglo XXI, la ubicuidad tecnológica es un hecho indiscutido en gran parte de las sociedades occidentales. Computadoras, *notebooks*, *tablets* y celulares han ido adquiriendo protagonismo, al tiempo que gozan de mayor sofisticación tecnológica y ganan masividad. De esta forma, las prácticas cotidianas tienen a los medios digitales como un escenario privilegiado donde los usuarios asumen un rol activo como productores de contenidos. Entendemos por medios digitales a

aquellos que “se basan en un soporte digital y tienen características comunes como la programabilidad y la reducción de la información a bits (...) estos nuevos medios incluyen a los computadores, los celulares, las redes sociales, cámaras y videos digitales y videojuegos, entre otros” (Dussel, 2013:188).

Dentro del complejo abanico de actividades posibles, encontramos aquellas ligadas a la seducción y a las prácticas de exhibición sexual. *Sexting, sexselfie, frexting*: la lista de neologismos en inglés se modifica constantemente agregando prácticas novedosas y desechando otras en desuso, pero señalando sin dudas nuevos cruces entre medios digitales y sexualidad. Neologismo formado por la contracción de las palabras *sex* (sexo) y *texting* (enviar mensaje de texto), el *sexting* “designa la práctica de usar la cámara de fotos del celular para tomar y enviar fotos de desnudos (semi-desnudos incluidos) a otros celulares o a sitios de Internet” (Chalfen *et al*, 2009:258). Reconocida como práctica a partir del 2005, el término *sexting* fue introducido en el diccionario de Merriam-Webster en 2012, dando cuenta de la extensión de su práctica (Drouin, 2015)

A partir de esta definición básica podemos mencionar una serie de características añadidas: el contenido se basa mayoritariamente en fotos de carácter erótico aunque también pueden ser videos de corta duración; las imágenes pueden ser enviadas con o sin texto, en todo caso, la imagen siempre es el rasgo central; la imagen es obtenida de manera voluntaria por el emisor y generalmente es tomada por él mismo en soledad; finalmente, el dispositivo tecnológico es un elemento indispensable para la realización de la práctica, siendo usados habitualmente los teléfonos inteligentes (esto es, con cámara de fotos e Internet), pero eventualmente pueden ser cámaras web o *tablets*.

Respecto de la incidencia del *sexting* en el mundo y en Argentina, podemos señalar que en Estados Unidos un estudio llevado a cabo en 2008 demostró que el 53% de los entrevistados de entre 13 y 26 años había enviado o postado imágenes sexualmente sugestivas de sí mismos (*The National Campaign to Prevent Teen and Unplanned Pregnancy*, 2008). Una investigación más reciente demostró que 8 de cada 10 personas adultas de ese país practican *sexting* con parejas estables o casuales (1).

En el Reino Unido, la Fundación NSPCC (*National Society for the Prevention of Cruelty to Children*) realizó una investigación cualitativa a lo largo de todo Gran Bretaña sobre esta temática y descubrieron que, entre niños de 13 a 16 años, es “extremadamente normal” el envío de fotos de alto contenido erótico. Las niñas de esa franja etaria reconocieron que reciben “por lo menos un pedido por semana” de envío de fotos eróticas de parte de varones (2).

En cuanto a América Latina, un estudio realizado en 2012 revelaba que el 39% de los latinoamericanos reconoce haber practicado *sexting* (3) y en Argentina específicamente, ya en 2010

un 36% de los adolescentes entre 12 y 18 años admitía haber enviado o subido a Internet fotos provocativas de sí mismos (Costa, 2010).

2. La subjetividad como una construcción social

A los fines de abordar el estudio de este fenómeno, nos planteamos como interrogante central qué rasgos subjetivos se ven reflejados en la práctica del sexting. Tomaremos la definición de subjetividad tal como la plantea la psicoanalista argentina Silvia Bleichmar (2010), esto es, en estrecha relación con la construcción social del sujeto en un tiempo y un espacio determinado. Para esta autora, la subjetividad refiere a un conjunto de elementos que van a producir un sujeto histórico, a imagen y semejanza de la sociedad que lo insta, “tiene que ver con el modo con el cual cada sociedad define aquellos criterios que hacen a la posibilidad de construcción de sujetos capaces de ser integrados a su cultura de pertenencia” (Bleichmar, 2010:33).

Así, el proceso de producción de la subjetividad está articulado con variables sociales (un tiempo, un espacio y un sistema político, económico, cultural, social determinado), elementos que van a producir un sujeto histórico según el modelo que la misma sociedad ha definido respecto de cómo debe ser el sujeto que la habite. Finalmente, la subjetividad es “el lugar donde se articulan los enunciados sociales respecto al yo” (Bleichmar, 2010:55).

Esta definición de subjetividad nos permite pensar que, junto con las mutaciones en las características de la época, cambian también los rasgos subjetivos de los sujetos que habitan en ella. Al momento de pensar en el sexting como una práctica de extensión cada vez mayor, vale analizar los rasgos de la época contemporánea y ponerlos en relación con características subjetivas inéditas.

3. La época que empuja

El *sexting* como una forma novedosa de ejercer la sexualidad se encuentra inserto en un contexto cultural particular que entendemos promueve este tipo de prácticas: una época donde la lógica del mercado gana protagonismo a medida que se debilitan las instituciones modernas y asistimos a la descomposición de los elementos y de las representaciones que éstas integraban (Dubet, 2006). Sin embargo, este declive de las instituciones no se ha traducido en mayor libertad para el sujeto; el espacio cedido por las instituciones no queda vacío sino que es rápidamente ocupado por algo nuevo. Hoy, el actor que gana terreno es el mercado y su portavoz por excelencia, los medios de comunicación (Dufour, 2009)

Si bien se presenta con los ropajes de un discurso liberador, con el objetivo de eliminar todos los obstáculos que se interpongan entre el sujeto y lo que él quiera ser y hacer, la lógica de mercado tiene un discurso propio sobre las cosas y necesariamente implica una normativa acerca de cómo

debe ser el sujeto. La diferencia es que este modelo no es divulgado a través de relatos dogmáticos e instituciones rígidas sino sirviéndose de la libre circulación de mercancías, la publicidad, el dinero, la moda, la tecnología, Internet y, fundamentalmente, los medios de comunicación. (Dufour, 2006). En relación a nuestro tema, la lógica de mercado y el discurso mediático generan condiciones culturales que favorecen no sólo un modelo particular de sujeto sino también de relaciones personales y de ejercicio de la sexualidad. Señalamos cuatro condiciones culturales específicas que creemos que ayudan a explicar el fenómeno del *sexting*: el lugar del sujeto en la sociedad de consumo, las nuevas formas de relaciones sociales, el auge de la pornografía y la ampliación de la mirada.

En primer lugar, en nuestra sociedad de consumo “nadie puede convertirse en sujeto sin antes convertirse en producto” (Bauman, 2007:25). Ya sea en el ámbito de las relaciones afectivas, laborales o sociales, las personas están obligadas a presentarse como un producto deseable. Las coordenadas que nos indican qué es deseable y qué no son indicadas por los medios de comunicación: sabemos que para “ser” necesariamente debemos “aparecer” (Debord, 2005) y aprendemos que el éxito económico, la juventud y la belleza son los valores relevantes. De esta forma, los sujetos no solo se ven empujados a consumir frenéticamente todo lo que propone - impone, más bien- el mercado, sino también a convertirse ellos mismos el objeto a consumir.

Por otro lado, el ritmo que imprime la globalización y el capitalismo marcado por la rapidez, la novedad y el consumo no escapa a la lógica de relación y, particularmente, a la forma de concebir las formaciones de pareja. En la actualidad, el modelo de relaciones amorosas estaría más cerca de un modelo de “conexión” que de “relación” (Bauman, 2005). Si el establecimiento de una “relación” requiere de trabajo y precisa de esfuerzo y paciencia, la “conexión” en cambio es instantánea, veloz y fuertemente voluntarista: me desconecto si quiero y cuando quiero, sin mayores consecuencias. El amor es considerado hoy solo una fórmula de disfrute y por ende debe producir exclusivamente sentimientos placenteros. Además, el sentimiento amoroso ha quedado reducido en gran medida a la sexualidad y ésta, a su vez, se encuentra sometida al dictado del rendimiento (Han, 2015): el cuerpo debe ser expuesto en el mercado y está sometido a la lógica de la mercancía.

Nuevamente comprobamos la reducción del sujeto a un objeto a consumir: el sujeto “se produce” a sí mismo para volverse deseable para los posibles consumidores. Y el mercado ofrece un arsenal de armas para enfrentar tal producción: dietas, gimnasios, cirugías, moda, medicación. De esta forma, el ejercicio de la sexualidad es proclive a ser exhibido con mayor facilidad, ya que el sujeto se encuentra forzado no sólo a experimentar una vida sexual intensa y sin trabas, sino también a exhibir a los demás esta vida satisfactoria.

Por otro lado, es necesario analizar el auge de la pornografía. Gratis, instantánea y de fácil acceso incluso para menores de edad, los sitios de pornografía ocupan el 12% de todo el contenido

en Internet. En un pasado no tan lejano, los videos pornográficos estaban ocultos en la parte trasera de los videoclubes o eran sólo accesibles en canales codificados previo desembolso de dinero; por su parte, las revistas pornográficas quedaban confinadas a las estanterías superiores de los kioscos, lejos de las miradas infantiles e incluso con las portadas atravesadas con las –ahora anticuadas– bandas negras. Diferencias abismales si consideramos la gratuidad, instantaneidad y facilidad de acceso al contenido pornográfico hoy: en cualquier computadora o teléfono la pornografía está disponible, sin importar qué se demande (qué tipo de pornografía), quién lo haga (adulto o menor de edad) o en qué momento (en la soledad de una habitación o en el aula de una escuela).

Además, si bien se presenta con un discurso libertario sobre la sexualidad, la pornografía impone una visión normativa con escalas de valores, expectativas y representaciones respecto de qué es ser hombre, qué es ser mujer y, fundamentalmente, cómo debería ser una relación sexual satisfactoria. A su vez, cuando en la pornografía se escenifica el encuentro feliz y exitoso de dos cuerpos siempre listos que logran alcanzar la satisfacción total, lo que se niega es lo específicamente humano en el sujeto: no hay espacio para la palabra, el relato o la subjetividad, el cuerpo aparece solo como un trozo de carne fragmentado (Marzano, 2006). En la pornografía entonces la sexualidad está transformada en espectáculo y, nuevamente, no está expuesta la persona y su valor sino el cuerpo a modo de un objeto listo para ser consumido.

A lo descripto anteriormente sobre la época contemporánea, podemos sumarle el diagnóstico que realiza el psicoanalista francés Gérard Wajcman: la nuestra es una civilización de la mirada (Wajcman, 2011). Cámaras, pantallas, fotos, videos: la imagen y sus dispositivos se multiplican. "Ser significa ser percibido" decía en 1995 el filósofo alemán Christoph Türcke sin haber presenciado aún el frenesí de visibilidad que invade hoy a cualquier manifestación personal o colectiva. Sectores sociales que luchan por la ansiada visibilidad en los medios de comunicación, performances artísticas que apuntan a visibilizar la diversidad sexual en pos de reconocimiento social, el auge de las selfies donde lo importante ya no es fotografiar el momento, sino que el individuo aparezca en él y después, sea percibido por cientos o miles en las redes sociales: todos indicios que señalan que para ser es necesario exponerse ya que hoy "la mera existencia es por completo insignificante", como afirma tajante Byung-Chul Han (2015:26).

Wajcman propone correr el acento del análisis: pasar de pensar en la imagen en sí misma a la mirada que la demanda. A la proliferación de imágenes le corresponde necesariamente una ampliación de la mirada, en tanto presuponemos que detrás de cada imagen que circula en el espacio social, hay una mirada lista para consumirla. Si la época está saturada de imágenes, cabe suponer que se trata de una mirada cada vez más abarcadora y, si gracias al avance tecnológico el sujeto es constantemente traducido en imágenes, el rasgo de la época podría resumirse con una

referencia psicoanalítica: “miramos, nos hacemos mirar, somos mirados”. La enorme masificación de un fenómeno como las *selfies* son sintomáticos de este diagnóstico: ya no importa recordar tal paisaje o tal situación, ahora lo importante es señalar que se estuvo ahí y aparecer. El paso siguiente suele ser publicar la foto en las redes sociales: de esta forma, no sólo es aparecer sino además ser visto por todos.

4. ...Y los nuevos rasgos subjetivos en consecuencia

Entendemos, junto con Bleichmar, que la subjetividad es una articulación de enunciados sociales respecto al yo. Desarrollamos algunos rasgos de la época contemporánea: el sujeto es conminado a mostrarse y tratarse a sí mismo como un producto a consumir, las relaciones afectivas se establecen con un modelo más cercano a la conexión que a la relación, la pornografía se expande como un discurso acerca de cómo debe ser el sexo y la mirada, ayudada por la multiplicación de pantallas y gadgets, se amplifica hasta producir la sensación de que sólo lo que es posible de ser visto es real. El paso siguiente es preguntarnos qué rasgos tendría la nueva subjetividad actual, en tanto producto de este tipo de enunciados sociales y en tanto construcción hecha en este tiempo y espacio. Señalaremos, haciendo pie en la teoría psicoanalítica, cuatro rasgos de la subjetividad contemporánea que aparecerían de forma inédita en nuestra época: una desregulación de la pulsión escópica, un debilitamiento de los diques psíquicos, una concepción particular del cuerpo y finalmente, un proceso de desubjetivación.

4.1. Desregulación de la pulsión escópica

Brevemente, la pulsión puede ser definida como “un empuje que hace tender al organismo hacia un fin” (Laplanche, 2006: 324). La disciplina psicoanalítica ha hecho un esfuerzo por separar la noción de pulsión de la de instinto, confundidas frecuentemente. En este sentido, distinguimos a la pulsión por ser un concepto límite entre lo somático y lo anímico y por su posibilidad de ser moldeada por la cultura, por el mundo de los otros. La clasificación de los tipos de pulsiones ha ido variando, incluso en el seno mismo del desarrollo teórico de Freud. Más allá de las diferentes clasificaciones y nomenclaturas en las que se ha declinado este concepto, encontramos algunas invariantes. Una de éstas es considerar que todas las pulsiones tienen dos movimientos, uno en el cual el sujeto es objeto de la pulsión (movimiento pasivo) y uno en el cual se coloca como sujeto de la pulsión (movimiento activo). De esta forma, haciendo pie en Freud, se habla de pares de pulsiones: comer-ser comido, pegar- ser pegado, mirar- ser mirado. Este último par hace referencia a lo que Lacan (1962) definió como pulsión escópica.

Será justamente Lacan quien realice una pequeña variación de tipo lingüístico que implica modificaciones teóricas. Frente al uso de la voz pasiva para indicar el movimiento en el cual el sujeto se coloca como objeto (ser comido, ser pegado, ser mirado), el psicoanalista francés propondrá el uso del pronombre reflexivo *se* en el verbo auxiliar. De esta forma, se enfatiza el rasgo activo que el sujeto siempre tiene cuando nos referimos a la pulsión, incluso cuando éste se coloca en una posición de objeto. Hablaremos entonces de *hacerse comer*, *hacerse pegar*, *hacerse mirar*: si bien el sujeto queda en el lugar de objeto en la relación, ya que es el otro el que actúa sobre él, el uso del verbo reflexivo no deja olvidar que se trata siempre de un lugar que ha sido escogido por el sujeto, aunque sea de manera inconsciente.

Específicamente, la función de la mirada es central en el proceso de subjetivación no sólo porque está estrechamente ligada con el deseo de saber, de descubrir y conocer el mundo, sino también como una parte fundamental de la estructura humanizante que los otros le proveen al recién nacido. Para el psicoanálisis, la mirada de la madre (o quien encarne esa función) humaniza al bebé en un juego especular en el cual el bebé mira que es mirado por la madre. Al mismo tiempo, si la mirada pretende volverse totalizadora (pensemos en aquella madre que pretende “no sacarle los ojos de encima” a su hijo) también constituye un peligro para el sujeto. El control continuo proveniente de una mirada aplastante no permite el surgimiento de espacios para la soledad y la privacidad, condiciones para la subjetivación igualmente importantes. De esta forma, la pulsión de mirar se ubica en un lugar fundamental y conlleva un doble peligro: la no-humanización del sujeto si falta y su aplastamiento si no falta nunca.

Una de las funciones de la cultura es contener, moldear a las pulsiones. Sobre esto versa *El malestar en la cultura* ([1930]1986): la insatisfacción que el hombre siente en la cultura en tanto ésta limita sus pulsiones agresivas y sexuales. Haciendo pie en una antropología negativa, Freud entiende que el hombre -liberado en un hipotético estado de naturaleza con sus pulsiones desatadas- convertiría a su semejante en un objeto al cual violar, esclavizar, torturar y asesinar. El necesario corset cultural con sus diques, límites y regulaciones genera incomodidad y desagrado pero ofrece a cambio seguridad. Freud insta a no olvidar que la pulsión es una fuerza imparable y que cualquier formación humana ideará formas de moldearla, en tanto un estado de naturaleza total es impensable y en tanto la pulsión no es nunca instinto.

En nuestra cultura actual, la pulsión escópica se ha convertido en la pulsión por excelencia, la que aparece de forma más desregulada y justificada en su ejercicio (Wajcman, 2011). Como describíamos anteriormente, hoy no sólo todo puede ser visto, también es casi un imperativo que todo sea mostrado y quien prefiere no mostrar es considerado sospechoso. Entendemos que esta exigencia de visibilidad excede el ámbito de la vigilancia o de la medicina, aquellos espacios que

analiza Wajcman. Hoy, es la vida social, personal, íntima de las personas la que se muestra. Nuestra civilización de la mirada tiende a liberar a la pulsión escópica en consonancia con lo que necesita del sujeto, esto es, un ser volcado por entero al exterior. El psicoanálisis diagnostica a nuestra sociedad como voyeurista y exhibicionista en tanto impulsa ilimitadamente las dos vertientes de la pulsión escópica: satisfacer la pulsión de mirar y la pulsión de hacerse mirar.

4.2. El debilitamiento de los diques psíquicos

Freud, en *El malestar en la cultura*, señala que el sujeto paga una cuota de sufrimiento a fin de ingresar a la cultura, producto de la renuncia pulsional a la que debe someterse para poder establecer lazo social. La función de la cultura es moldear, limitar, reprimir las pulsiones incontrolladas del sujeto. Para esto, Freud señala que la cultura y la socialización en general ayudan a la construcción de diques psíquicos. Es interesante el uso de una palabra proveniente de la hidráulica: da cuenta de la pulsión como una corriente, con una fuerza imparable que precisa construcción de diques para controlarla y dirigirla. La pulsión sexual se contiene gracias a tres diques: el asco, la vergüenza y la moral (Freud, 1905/1992).

Específicamente la vergüenza es definida por Freud como “el poder que se contrapone al placer de ver y que llegado el caso es suprimido por éste” (Freud, 1905/1992:143). Este dique funciona a modo de protección y de límite a la exhibición total del cuerpo, “es lo que acude en ayuda del sujeto impidiendo que la mirada produzca una efracción, evitando la mancha del otro y, de ese modo, su borramiento” (Marzano, 2006:189). Cuando la mirada penetra sin encontrar ningún límite, el otro como sujeto queda borrado y de esta forma, la pornografía y la pulsión escópica triunfan sobre la resistencia del pudor.

“El mundo se hace más desvergonzado y desnudo” diagnostica Han (2015:16), confirmando un aflojamiento de los diques freudianos contenedores de la pulsión sexual. En nuestro caso, el sexting. Sin embargo, entendemos que, por más disruptivas que parezcan estas prácticas, hoy la exhibición sexual (entre otras exhibiciones comunes, como la violencia) no es en absoluto trasgresora; al contrario, parece obedecer dócilmente al mandato de la sociedad de la transparencia: *¡Exhíbete! ¡Traspasa los límites!*

4.3. El lugar del cuerpo

El cuerpo, uno de los temas centrales del psicoanálisis, ocupa en estas prácticas un lugar interesante y creemos que puede ser analizado desde dos ópticas: por un lado, en tanto se trata de una práctica mediada por la tecnología, está la posibilidad de dejar el cuerpo afuera. Por otro,

justamente por tener a la tecnología como herramienta, la imagen del cuerpo puede ser controlada casi en su totalidad.

Así, en primer lugar, como el cuerpo siempre queda por fuera de los contactos virtuales, el sujeto ilusiona respecto de que su cuerpo queda a salvo, ya sea porque no aparece de ninguna manera o porque puede participar pero de forma imaginaria, absolutamente reinventado con los rasgos que él elija. “En la vida virtual cada uno puede elegir los ropajes que quiere tener, qué mostrar y qué ocultar” (Rodríguez Yurcic y Ganem, 2014:4).

Esto último es particularmente evidente cuando el sujeto se saca fotos para enviarle a su interlocutor: rara vez será la primera foto, tomada de forma espontánea y natural. Particularmente los jóvenes suelen probar con varias tomas antes de seleccionar la que consideran más halagadora; con la práctica han aprendido qué posición adoptar para verse mejor, desde qué ángulo colocar la cámara, con qué tipo de luz y haciendo qué gesto. Además, los celulares ofrecen una batería de programas de edición que incluyen filtros, efectos, retoques de iluminación o de color. De esta forma, la tecnología brinda la garantía de que el cuerpo queda protegido ya sea porque se mantiene por afuera de la relación o porque, de hacerlo partícipe en la comunicación, es preparado para esta exhibición y se “produce” siguiendo los cánones de belleza propuestos por la cultura contemporánea.

4.4. Momentos de desobjetivación

El *sexting* sería para el psicoanálisis una práctica autoerótica, más cerca del onanismo que de una relación sexual de a dos. En el *sexting*, el otro queda afuera del vínculo: frente a una pantalla de celular, sólo se trata del sujeto que se fotografía a sí mismo. El destinatario, quien recibe la foto, aparece como mera excusa en esta práctica: está en el lugar del objeto necesario -pero siempre contingente- para que el sujeto sea visto. Esto es así porque la satisfacción del sujeto que *sextea* reside exclusivamente en la acción de sacarse fotos y verse y ser visto en ellas. Es la pulsión escópica la que está en juego en estas nuevas prácticas: como Narcisos posmodernos, los sujetos se fascinan en la contemplación de su propio cuerpo y, a través del *sexting*, también dan cuenta de su deseo de ser mirados.

El otro queda entonces reducido a una mirada, pretexto necesario para que el sujeto se haga mirar en la imagen que envía. Así, se toma a la mirada como un objeto desprendido del cuerpo que mira. La subjetividad de quien recibe la foto no tiene lugar en esta práctica, sólo debe recibir la imagen y dar cuenta de que fue vista. “Clavar el visto”, dicen los jóvenes haciendo referencia al doble click color azul que aparece en *Whatsapp* y que señala que el mensaje no sólo fue recibido sino

también visto. Sin dudas, se espera un mensaje “halagador” como respuesta, sin embargo, el principal goce del *sexting* es que el otro “clave el visto”.

A su vez, en esta práctica de pura satisfacción pulsional, el sujeto que envía la foto también queda ubicado como una cosa a ser mirada. Como en el caso de la pornografía, en el *sexting* la persona queda reducida a esa porción de carne que la foto muestra. Aparece sólo como un cuerpo, como un objeto para ser exhibido.

La imagen que el sujeto envía de sí mismo es siempre una imagen hermosa. ¿Qué vela esa imagen? No sólo aquello de su cuerpo que no quiere mostrar, sino también lo propiamente subjetivo. Y si bien en ciertos discursos académicos y periodísticos contemporáneos se habla del fin de la intimidad (en tanto esta quedaría expuesta de manera grosera en un mundo dominado por los medios digitales), nosotros preferimos señalar más bien una paradoja: en las prácticas de exhibición sexual como el *sexting*, lo que queda velado es justamente lo más íntimo del sujeto, aquello que tiene que ver directamente con su subjetividad.

Notas

- (1) En los EEUU, 8 de cada 10 adultos ya se animan al sexting: la mayoría son mujeres. Recuperado el 21 de julio de 2016, de: www.infobae.com/2016/02/22/1790854-en-los-eeuu-8-cada-10-adultos-ya-se-animan-al-sexting-la-mayoria-son-mujeres
- (2) Datos disponibles en: www.nspcc.org.uk/. Fecha de última consulta: 21/03/2016
- (3) “Sexting, una amenaza desconocida”, encuesta online desarrollada por PantallasAmigas, eCGlobal Solutions, eCMetrics e CLIPS – Instituto del Pensamiento. Disponible en: www.sexting.es. Fecha de última consulta: 21/03/2016

Bibliografía

- BAUMAN, Zygmunt (2006) *Amor Líquido*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- BAUMAN, Zygmunt (2007) *Vida de consumo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- BLEICHMAR, Silvia (2010) *El desmantelamiento de la subjetividad. Estallido del yo*. Buenos Aires: Editorial Topía.
- CHALFEN, Richard et al (2011) “It’s only a picture’: sexting, ‘smutty’ snapshots and felony charges”. En *Visual Studies*, vol. 24, N° 3. Nueva York: International Visual Sociology Association.
- COSTA, José María (2010) “Sexting, el fenómeno de los adolescentes que se exhiben online”. *Diario La Nación*. Edición del 10/07/2010 Recuperado de: www.lanacion.com.ar
- DROUIN, Michelle et al (2015). “Sexting: A new, digital vehicle for intimate partner aggression?” En: *Computers in Human Behavior*, 50. Indiana, EEUU (pp 197-204)

- DUBET, François (2006) *El declive de la institución*. Barcelona: Gedisa.
- DUFOUR, Dany-Robert (2009) *El arte de reducir cabezas*. Buenos Aires: Paidós.
- DUSSEL, Inés (2013) "Educación y comunicación: Replantear el vínculo en la cultura digital". En: Encuentro de Profesores de la Rede Municipal de Ensino de Angra dos Reis, Río de Janeiro.
- FREUD, Sigmund ([1905]1993): "Tres ensayos de teoría sexual". En J. L. Etcheverry (Traduc.), *Obras Completas, Vol. VII*. Bs As, Amorrortu. pp.123-224
- FREUD, Sigmund ([1930]1986): "El malestar en la cultura". En J. L. Etcheverry (Traduc.), *Obras completas, Vol. XXI*. Bs As, Amorrortu. pp. 59-140
- HAN, Byung-Chul (2015): *La sociedad de la transparencia*. Buenos Aires:Herder.
- LACAN, J. (1962-63). *Seminario X: La Angustia*. Manuscrito inédito.
- LAPLANCHE, Jean (2006): *Diccionario de Psicoanálisis*. Buenos Aires: Paidós.
- MARZANO, Michela (2006) *La pornografía o el agotamiento del deseo*. Manantial: Buenos Aires.
- RODRÍGUEZ Yurcic, A.L. y GANEM, E (2014) "Las nuevas formas de comunicación. ¿sin costos?" En congreso virtual presencial "El estadio del Screen" de El Sigma.
- THE NATIONAL CAMPAIGN TO PREVENT TEEN AND UNPLANNED PREGNANCY (2008) *Sex and Tech: Results from a Survey of Teens and Young Adults*. Washington, DC: Author. Recuperado de: https://thenationalcampaign.org/sites/default/files/resource-primary-download/sex_and_tech_summary.pdf Fecha de última consulta: 21/03/2016
- TÜRCKE, Christoph (1995): "La sociedad de la sensación". En *Revista Humboldt* n° 115, Año 37, Munich, pp.10-13
- WAJCMAN, Gérard (2011): *El ojo absoluto*. Buenos Aires, Manantial.