UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA

TESIS DOCTORAL

Haciendo género a través de Tinder: mandatos de género y neoliberalismo sexual

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA

PRESENTADA POR

Rebeca Perdones Cañas

DIRIGIDA POR

María Concepción Fernández Villanueva

María Amparo Serrano Pascual

© Rebeca Perdones Cañas, 2024

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES FEMINISTAS

PROGRAMA DOCTORADO EN ESTUDIOS FEMINISTAS Y DE GÉNERO

Haciendo género a través de Tinder: mandatos de género y neoliberalismo sexual

TESIS DOCTORAL

AUTORA

Rebeca Perdones Cañas

DIRECTORAS

María Concepción Fernández Villanueva

María Amparo Serrano Pascual

Agradecimientos

En primer lugar, me gustaría agradecer a mis directoras de tesis, Amparo Serrano y Concepción Fernández, su ayuda, tiempo y dedicación. Sin sus consejos, ánimos y acompañamiento no hubiese podido sacarla adelante. Ha sido un privilegio poder aprender de ellas.

También, quiero dar las gracias a lxs compañerxs y doctorandxs con los que he podido compartir tiempo, reflexiones e inquietudes a lo largo de estos años. En procesos tan solitarios como este, sentir la complicidad de personas que están atravesando la misma situación es reconfortante.

Asimismo, considero imprescindible reconocer y agradecer a las personas entrevistadas su contribución, pues, de forma generosa y con su testimonio, han hecho posible que este trabajo sea una realidad.

Por último, muchísimas gracias a mis amigas, que de diferentes maneras y en diversos momentos, han sabido apoyarme, impulsarme y hacer más leve este proceso. Y a mi familia, especialmente, a mis padres, por darme siempre la posibilidad de elegir, y por su confianza y apoyo.

Índice

Resumen 8

Abstract 9

Introducción 10

Objetivos 15

PARTE I. Marco conceptual y contextual. 17

Capítulo 1.El concepto de identidad como herramienta analítica: 17

1. La identidad y su conformación 17

1. 1. La identidad como unidad integrada. 18

1.1.1. La identidad como categoría social 19

1.1.2. La identidad como legitimidad pública 21

a. La identidad como producción negociada de significados: la filosofía pragmática de James y Cooley. 21

b. La identidad como presentación del sí mismo: El modelo dramatúrgico de Erving Goffman. 26

1.2. La identidad como proceso inacabado. 32

1.2.1. La identidad escindida 33

1.2.2. La identidad como práctica discursiva 42

1.2.3. La identidad como posicionamiento discursivo. 46

2. Identidades de género 49

2.1. El género como construcción intersubjetiva permanente y/o inacabada. 50

2.2. El género como construcción simbólica socio-cultural 53

2.3. El género como práctica iterativa. 56

2.3.1 El género como proceso: Haciendo y/o deshaciendo el género 56

2.4. El gobierno del cuerpo femenino como sedimentación de los mandatos de género. 64

2.5. La activación de los roles y mandatos de género en los rituales de cortejo y emparejamiento. 68

Capítulo 2. Neoliberalismo, Gubernamentalidad y Subjetividades: Construcción de subjetividades de género en el contexto neoliberal. 73

1. Significados y orígenes del neoliberalismo. El neoliberalismo como racionalidad gubernamental. 74

Significados del neoliberalismo 74

Orígenes del neoliberalismo 78

2. El neoliberalismo como dispositivo productor de subjetividades. 81

2.1. La competencia como norma de conducta de los nuevos sujetos emprendedores. 83

2.2. Autorresponsabilización y autoexigencia como estrategias de configuración de las subjetividades neoliberales. 84

2.3. La positividad del *poder hacer* frente a la negatividad del *deber* ser como mecanismo de control. 86

2.4. La libertad sexual de los sujetos como capital humano. 87

3. Subjetividades de género en el contexto neoliberal: Nuevos arquetipos de feminidad. 90

3.1. Las mujeres como sujeto neoliberal ideal. 91

3.2. Postfeminismo/ neoliberalismo de género. 94

3.3. Nuevos arquetipos de feminidad en la cultura postfeminista. 97

Capítulo 3. Las redes sociales como herramienta neoliberal de (re)producción y/o disolución de las normatividades de género. 105

1. La cultura digital y las identidades. 105

1.1 Las redes sociales como espacio neoliberal de presentación especular y mercantilización del yo. 110

2. Tecnologías afectivas en la pantalla postcapitalista. 115

3. Virtualidad y género: reproducción y/o resistencia a las normatividades. 121

PARTE II. Diseño metodológico. 126

1. Aproximación empírica al objeto de investigación 126

2. Diseño de la investigación 130

2.1. Características sociodemográficas de la muestra: 132

2.2. Técnicas de investigación y de recogida de datos 136

2.3. Reflexión metodológica: la experiencia personal, cuestiones técnicas y ciertas complicaciones a nivel metodológico. 142

2.4. Métodos de análisis de discurso: el Análisis Crítico del Discurso y el análisis visual socio-hermenéutico de las imágenes...... 155

3. Consideraciones éticas de la investigación (ética digital)..... 162

PARTE III. Haciendo género a través de *Tinder*: un análisis empírico...... 165

1. Tecnologías de transformación y/o (re)producción de subjetividades de género en la aplicación de *Tinder*. 167

1.1. Tecnologías de subjetivación inherentes a la plataforma: el cuerpo como objeto de escrutinio y vigilancia..... 167

1.2. ¿Modifica Tinder las normas de género?..... 176

1.3. Las disidencias de género en *Tinder*. 188

2. Exacerbación de mandatos tradicionales de género: rituales de producción y conquista de reconocimiento. 192

2.1. La afirmación de los mandatos de género mediante los perfiles virtuales..... 192

2.2. La activación de roles y normas ritualizadas de género en el uso de la aplicación. 203

2.3. La encarnación de los mandatos de género a través de las normas del sentir. 214

3. Producción de nuevos arquetipos de feminidad en un contexto postfeminista. 229

3.1. La cosificación sexual como mercancía: las paradojas de la propiedad del propio cuerpo y sexualidad 229

3.2. La tiranía de la autenticidad: Paso de lo “estético” a lo “auténtico” como mandato de la nueva feminidad exitosa. 241

CONCLUSIONES...... 251

Bibliografía..... 264

Anexos..... 283

Guion entrevistas semiestructuradas a usuarios/as/es de la aplicación de citas de Tinder: 283

Relación de Tablas: 290

Relación de Imágenes:.....290

Resumen

Este trabajo de investigación analiza cómo se hace género a través de la aplicación de citas de *Tinder*, en cuanto dispositivo tanto transformador como (re)productor de subjetividades de género en un contexto neoliberal. Para ello, se examina dicho dispositivo y el contexto socio-económico en el que este tipo de plataformas digitales se insertan, analizando los encuentros y desencuentros entre patriarcado y neoliberalismo y su performatividad, en términos de reproducción de las relaciones asimétricas de género. El objetivo ha sido ahondar en los procesos de subjetivación de género que operan a través de esta aplicación, desvelando cómo, por un lado, se induce la exacerbación de mandatos tradicionales de género y, por otro, se introducen tecnologías adicionales de producción de nuevos arquetipos de feminidad. Estos últimos encuentran su fundamento en la resemantización neoliberal de mandatos y estereotipos de género como empoderadores de las mujeres. Una vez revisados los principales estudios que dan cuenta de estos procesos, se definen los principales conceptos y marcos analíticos con los que se acomete esta investigación. A través de un enfoque cualitativo, basado en el análisis hermenéutico de los testimonios de 33 personas jóvenes y el análisis socio-hermenéutico de más de 40 perfiles virtuales, se pretende analizar las vivencias, experiencias y sentidos otorgados a la conducta humana en la aplicación. Mediante este enfoque, se exploran el papel y valor de los símbolos y la producción negociada de sus significados en los procesos de conformación y negociación de las identidades de los individuos. Desde una perspectiva crítica, se exploran los límites borrosos y difusos entre un supuesto proyecto de empoderamiento de la mujer, y transgresión de las normatividades de género, y la reproducción de subjetividades de género y promoción de racionalidades neoliberales. Este trabajo profundiza en las paradojas y contradicciones que plantean estas tecnologías de subjetivación de género, pues, al mismo tiempo que, reivindican la propiedad del propio cuerpo y sexualidad de las mujeres, y problematizan la configuración androcéntrica de la identidad femenina, las impelen constantemente a someterse a procesos de autoescrutinio, automejora y remodelación permanente para ajustarse a los arquetipos de feminidad contemporánea.

Palabras clave: postfeminismo, subjetividades de género, neoliberalismo, Tinder, marketing del yo.

Abstract

This research work analyzes how gender is done through the Tinder dating application, as a device that is both transformative and (re)producer of gender subjectivities in a neoliberal context. To do this, this device and the socio-economic context in which this type of digital platforms are inserted are examined, analyzing the encounters and disagreements between patriarchy and neoliberalism and their performativity, in terms of reproduction of asymmetric gender relations. The objective has been to delve into the processes of gender subjectivation that operate through this application, revealing how, on the one hand, the exacerbation of traditional gender mandates is induced and, on the other, additional technologies for the production of new archetypes of femininity are introduced. The latter find their foundation in the neoliberal resemantization of gender mandates and stereotypes as empowering for women. Once the main studies that account for these processes have been reviewed, the main concepts and analytical frameworks with which this research is undertaken are defined. Through a qualitative approach, based on the hermeneutical analysis of the testimonies of 33 young people and the socio-hermeneutical analysis of more than 40 virtual profiles, this research has been aimed at analyzing the experiences and meanings given to human behavior in the application. Through this approach, the role and value of symbols and the negotiated production of their meanings in the processes of formation and negotiation of individuals' identities are explored. From a critical perspective, the blurred and diffuse boundaries between a supposed project of women's empowerment, and transgression of gender norms, and the reproduction of gender subjectivities and promotion of neoliberal rationalities are explored. This work delves into the paradoxes and contradictions posed by these technologies of gender subjectivation, since, at the same time that they claim ownership of women's own bodies and sexuality, and problematize the androcentric configuration of female identity, they constantly impel them to undergo processes of self-scrutiny, self-improvement and permanent remodeling to conform to the archetypes of contemporary femininity.

Keywords: postfeminism, gender subjectivities, neoliberalism, Tinder, self-marketing/branding.

Introducción

Uno de los principales desafíos que plantea el mundo contemporáneo es el abordaje de los efectos que tienen las redes sociales en los individuos, sobre todo en los procesos de conformación y/o construcción de sus identidades. En este contexto, la dimensión relacional e intersubjetiva adopta un papel central en dichos procesos, así como en la presentación que se hace de uno/a mismo/a, lo que tal vez se verá exacerbado por la mediación de dichas redes sociales. La saturación del yo (Gergen, 1997), que caracteriza la modernidad tardía, también se ve intensificada por la ingente cantidad de estímulos que se reciben diariamente procedentes de la hiperconectividad que resulta de las nuevas tecnologías. Esto provoca que el[1] individuo se esté cuestionando de forma permanente y renegocie constantemente su identidad, de modo que estas se tornan cada vez más fluidas y susceptibles de ser remodeladas.

Sin embargo, esto no significa que las nuevas identidades que se conforman pierdan continuidad y, por tanto, se diluyan, sino que esa continuidad indispensable para la conformación de relatos unificados y coherentes de identidad reclamará un trabajo reflexivo por parte del individuo. A esto se suma, que en la virtualidad los/as usuarios/as carecen de muchas de las herramientas de representación, negociación y/o configuración identitaria de las que disponen en la realidad *offline*, de modo que esto podría inducirles a exacerbar sus (auto)presentaciones o a aproximarse más a los cánones normativos para ser reconocidos/as y/o configurar sus propios autoconceptos. En el caso de las identidades de género, las mujeres se ven particularmente interpeladas, dada la dimensión androcéntrica que articula nuestros imaginarios, haciendo el proceso de conciliación con una misma particularmente intenso. Sin embargo, tal capacidad reflexiva que requiere la contemporaneidad digital y que hace al sujeto rehén de procesos de sujeción simbólica, también conforma la condición de agencia, un elemento que podría posibilitar subvertir la normatividad de género mediante la resistencia a las propias normas sociales que la imponen, en tanto que, tal como plantea Butler (1990), dichas normas sociales también surgirían en los actos de habla performativos a través de los cuales los/as sujetos/as se conforman.

Esto se acentúa en el momento contemporáneo de colonización neoliberal, que es capaz de adaptarse a las nuevas situaciones y reapropiarse de las críticas y demandas sociales (Boltanski y Chiapello, 1999), y ha promovido un marco psicologizante e individualizador que permea las relaciones con uno/a mismo/a y con los demás. Este

[1] En algunas ocasiones, para agilizar la lectura, a lo largo de este texto se utilizan sustantivos y/o pronombres masculinos para referirse indistintamente a todas las personas, independientemente de cuál sea su/el género que empleen para identificarse.

tipo de marcos promueven procesos de resemantización psicologicista de las relaciones asimétricas de género que dificultan la identificación de la dimensión política bajo la que se construye el espacio simbólico de lo femenino, contribuyendo a conformar identidades(representadas como) deficitarias. Desde una perspectiva de género, se aprecia el surgimiento de lo que se ha denominado como postfeminismo o neoliberalismo de género, un fenómeno cultural que, tal como su nombre indica, surge del propio modelo neoliberal y comparte algunos de sus fundamentos, como el individualismo y la descolectivización de los problemas sociales, enfatizando la responsabilidad individual y la libre elección del sujeto/a. Tal fenómeno se encontraría estrechamente vinculado con un proyecto de subversión de reivindicaciones feministas por parte del neoliberalismo, apropiándose de ellas y resemantizándolas, para después neutralizarlas y, así, vaciarlas de su potencial transformador. En este sentido, el postfeminismo promueve nuevos arquetipos de mujeres que podrían neutralizar la demanda feminista de igualdad, mediante la reconceptualización de históricas reivindicaciones feministas como el empoderamiento y la libertad, asegurando que la igualdad ya está alcanzada. Diversas autoras (Gill y Scharff (2013), McRobbie (2004), Rottenberg (2020) muestran la reconceptualización que se lleva a cabo del sema emancipación de las mujeres, desplazándolo de un marco político que busca una transformación estructural y/o social a otro psicológico.

Por ello, es relevante interrogarse acerca de cómo afecta esta racionalidad neoliberal a las áreas más íntimas de los individuos, como es la conformación de la propia identidad, así como la experimentación de sus emociones y afectos. Más específicamente, se considera interesante analizar en qué medida las redes sociales podrían estar contribuyendo a difundir esos marcos neoliberales resemantizadores de las relaciones asimétricas de género y/o a transformarlas, debido a, por un lado, la importancia de la virtualidad en los procesos de relacionalidad y conformación de las identidades contemporáneas, por otro, los posibles efectos que pueden ocasionar estos nuevos marcos de interpretación de las relaciones asimétricas de género en el avance o neutralización de las reivindicaciones feministas.

Asimismo y particularmente, se busca identificar las ambivalencias, contradicciones y paradojas a las que se enfrentan las mujeres jóvenes, en tanto que, por un lado, la racionalidad neoliberal les impele a desarrollar autonomía, agencia y emancipación, respondiendo y/o encajando con los marcos feministas, pero, de forma simultánea, les solicita sumisión, autosujeción y participación en esta cultura androcéntrica.

A fin de reflexionar sobre estas cuestiones, nos centraremos en un estudio de caso: la configuración y negociación de las identidades de género en la aplicación de citas denominada *Tinder*. Esta red social resulta interesante para este trabajo por su fundamentación en la generación de presentaciones del yo mediante la conformación de perfiles virtuales y en la promoción de relaciones sexo-afectivas, en su mayoría, heterosexuales. En este sentido, se considera importante estudiar la dimensión performativa de la presentación y la búsqueda de validación externa constante, así como el modo en que se articula la sexualización y/o cosificación del cuerpo, en cuanto objeto de resemantización, en los discursos e imágenes que se emplean para conformar los perfiles virtuales, especialmente en el caso de las chicas jóvenes. En concreto, interesa analizar los procesos por los cuales el ejercicio de libertad (de decisión) se convierte en posible vector de sujeción (de imaginarios sociales patriarcales que integran mandatos sexualizados de gestión de los cuerpos de las mujeres). Por tanto, se trata de explorar las dimensiones ambivalentes de esta cosificación empoderadora de las mujeres, reflexionando acerca de los límites borrosos y difusos que plantea la contemporaneidad sobre lo que supondría un empoderamiento y emancipación real para las mujeres en un contexto patriarcal de hipersexualización y mercantilización de la sexualidad y cuerpo de las mujeres.

Para ese cometido, este trabajo pretende describir este fenómeno y/o problema social y su contexto para desarrollar, después, un trabajo de campo en *Tinder* que posibilite identificar las tecnologías de subjetivación de género que emplean y se (re)producen en este tipo de aplicaciones y el impacto que estas pueden tener en los procesos de configuración de las identidades de género de sus usuarios/as.

Así, en una primera parte, que consta de tres capítulos, se desarrolla el marco conceptual y contextual, a partir de una revisión de la literatura. El primer capítulo pretende acercarse a algunos de los mecanismos que operan en la reproducción de las estructuras de desigualdad de género mediante el análisis del concepto de identidad y su proceso de conformación, pues se entiende que es en la interacción social en la que se negocian y configuran las propias identidades, donde dichas estructuras se reproducen. Se ahonda en la configuración de las identidades contemporáneas haciendo especial hincapié en las condiciones y características de la contemporaneidad digital de la modernidad tardía caracterizada por la saturación social, la sobre-estimulación e hiperconectividad. Asimismo y más específicamente, se profundiza en la conceptualización y en el proceso de configuración de la identidad social del género, revisando y destacando aquellos enfoques teóricos en donde se ensalza la dimensión relacional y performativa de la misma. Se revisan los mandatos y estereotipos de género

tradicionales enfatizando la intensidad que estos adquieren en el caso de las mujeres, por su condición de alteridad, y como se activan y/o reproducen especialmente en los rituales de cortejo y emparejamiento.

En el segundo capítulo, y dado que las identidades contemporáneas se conforman en el contexto de colonización neoliberal, se examina dicho contexto, abordando los orígenes y significados del neoliberalismo, profundizando en su conceptualización como dispositivo productor de subjetividades. En este sentido, se indaga en los posibles efectos que este puede estar teniendo en la reproducción y/o reformulación de las subjetividades y relaciones de género, o incluso en la difusión de nuevos marcos interpretativos de las mismas como podría ser el postfeminismo o neoliberalismo de género. Desde una perspectiva de género, se presentan los nuevos arquetipos de feminidad que propagarían y se reclamarían desde esos marcos neoliberales.

El tercer capítulo examina las redes sociales como espacio especular del yo y posible vector de las racionalidades neoliberales, ahondando en las tecnologías de subjetivación que despliegan, pudiendo contribuir a la reproducción y/o subversión de las normatividades de género. También, se revisan las nuevas normas del sentir (tecnologías afectivas) que difunden o impulsan, examinando en qué medida suponen una alternativa emancipadora y/o reactivan los repertorios del amor romántico, y explorando, finalmente, su impacto en la conformación de las identidades.

La segunda parte presenta la estrategia metodológica desplegada para este trabajo de investigación, donde se expone el tipo y diseño de investigación utilizado. Se detallan las características del análisis cualitativo, de la muestra y de las técnicas de investigación empleadas, así como la incorporación de una epistemología feminista. También, se reflexiona sobre la propia experiencia inmersiva de la investigadora en el entorno de la aplicación como parte de la etnografía virtual llevada a cabo, y sobre las complicaciones a nivel metodológico que surgen a lo largo del trabajo de campo.

La tercera parte expone los resultados del análisis hermenéutico de los testimonios recogidos mediante las entrevistas realizadas y del análisis socio-hermenéutico de los perfiles virtuales seleccionados. Este análisis trata de enfatizar la posible influencia de la racionalidad neoliberal y patriarcal en estos nuevos modos de (re)presentación, producción y negociación de las identidades y subjetividades de género. Se organiza en tres bloques temáticos. En primer lugar, se abordan las características de la aplicación de *Tinder*, en tanto dispositivo transformador y (re)productor de subjetividades de género, simultáneamente. En segundo lugar, se explora la exacerbación de mandatos tradicionales de género en las performances de género a través de *Tinder* (en los

perfiles virtuales, en las dinámicas de la aplicación…), como modo de (re)producción de subjetividades y relaciones de género. Finalmente, se aborda la introducción neoliberal de tecnologías adicionales de género conectadas con el postfeminismo y presentadas como alternativa y/o resistencia a los arquetipos de género, pero que, paradójicamente, (re)producen y apuntalan las relaciones y subjetividades de género.

Por último, las conclusiones se centran en presentar las reflexiones finales del análisis, las limitaciones de este trabajo de investigación, y mencionar las posibles futuras líneas de investigación.

Objetivos

El objetivo principal de este trabajo de investigación es analizar cómo se (des)hace género a través de las redes sociales. Más particularmente se centra en el caso de la aplicación de citas denominada *Tinder*, dirigida a promover y facilitar encuentros y conocimientos de diferentes personas, por medio de la presentación de uno/a mismo/a a través de perfiles virtuales.

Para ello, como objetivos generales se pretende, en primer lugar, examinar el contexto socio-económico en el que las redes sociales surgen, exponiendo las conexiones entre patriarcado y neoliberalismo en la reproducción de las relaciones asimétricas de género.

En segundo lugar, se busca explorar el papel que pueden estar jugando las redes sociales en los procesos de (re)producción, y/o transformación de los mandatos de género tradicionales. Como dispositivos de subjetivación pueden contribuir a reformular y/o exacerbar las dinámicas por las cuales se conforma y negocia el género en los procesos de construcción de las identidades.

Como objetivos específicos, se plantea:

1. Explorar las características idiosincráticas y las condiciones que imprimen las redes sociales, así como las tecnologías de subjetivación que despliegan, más específicamente la aplicación de citas de *Tinder*, profundizando en sus posibles efectos en los procesos de relacionalidad y conformación y/o negociación de las identidades contemporáneas.

2. Analizar en qué medida las redes sociales se convierten en vector o neutralizador de los mandatos neoliberales, así como de las subjetividades y normas del sentir que demanda e impone la racionalidad neoliberal.

3. Abordar los conceptos de capital erótico y sexual, así como de postfeminismo o neoliberalismo de género, señalando su influencia en la creación de marcos de interpretación que pueden reproducir o subvertir las relaciones asimétricas de género.

4. Explorar en qué se han traducido los procesos de cosificación a los que se ha sometido históricamente al cuerpo de las mujeres, indagando, más particularmente, en qué ha aportado el neoliberalismo y lo que se ha conceptualizado como postfeminismo o neoliberalismo de género a estos procesos, en concreto, a través de las redes sociales. Se trata de analizar si la dimensión estética y la deseabilidad sexual siguen construyéndose como elementos centrales de la identidad femenina en los nuevos arquetipos de feminidad que se impulsan, abordando la interpelación a las mujeres en

la remodelación de sus cuerpos y de su propia psique para sentirse bien consigo mismas.

5. Analizar si todas estas dinámicas contribuyen a la mercantilización del yo y, por tanto, a la venta del sí mismo.

PARTE I. Marco conceptual y contextual.

Capítulo 1.El concepto de identidad como herramienta analítica:

Con el objetivo de abordar el estudio de las identidades de género se considera importante examinar algunas de las perspectivas y reflexiones más relevantes que se han desarrollado acerca del concepto de identidad. A través de esta noción, es posible aproximarse a una dimensión central que opera en los procesos de reproducción de la desigualdad social, y que está estrechamente vinculada a la interiorización, incorporación y representación de las estructuras de desigualdad. Los individuos interiorizan, negocian y (re)producen las estructuras de desigualdad continuamente en sus interacciones sociales cotidianas, las cuales, simultáneamente, se encuentran impregnadas y moldeadas por las estructuras de desigualdad. Es en estas interacciones sociales cotidianas donde los individuos negocian y conforman sus propias identidades. De este modo, las relaciones asimétricas de género, y los roles y mandatos que imponen, se reproducirían, ajustarían e interiorizarían en el curso de la interacción social, en donde se negocia y adquiere también la propia identidad de género. Por ello, se considera que examinar el proceso de configuración de las identidades posibilita acercarse a los procesos de (re)producción de las estructuras de desigualdad.

1. La identidad y su conformación

Una de las principales especificidades que definen a los seres humanos como tales, diferenciándolos del resto, es su capacidad para reflexionar sobre ellos mismos, es decir, la capacidad para desarrollar un pensamiento reflexivo acerca de su propia existencia. La inquietud por descifrar quiénes son, así como esa capacidad para reflexionar acerca de cómo les gustaría ser o como querrían que el resto de individuos les percibiera se ha conceptualizado como autoconciencia o conciencia del yo y guarda una estrecha relación con un profundo sentido de identidad. No obstante, la conceptualización del yo, en sí, podría considerarse como una noción relativamente nueva, pues no existe conciencia del yo con la correspondiente individualidad y complejidad con que actualmente lo consideramos hasta alrededor del s. XVI. Tras una revisión exhaustiva de la literatura relevante, se observa que la noción de identidad y su conformación ha sido objeto de un gran número de estudios, cada uno abordado desde un enfoque teórico específico. Este apartado pretende acercarse a algunos de esos enfoques.

1. 1. La identidad como unidad integrada.

Una de las disciplinas que más se ha interrogado sobre cómo narran los individuos quiénes son o cómo se autoperciben y se reconocen, es decir, cómo construyen o producen sus propias identidades, ha sido la psicología social, debido a su inquietud por el análisis del individuo en su interacción social. De ahí, que se emplee en este trabajo como criterio de clasificación de los diversos enfoques que han pensado y teorizado sobre la identidad social. Este área de conocimiento se interesa por explorar "las causas y consecuencias de las acciones y percepciones que tienen los individuos sobre sí mismos y los otros en tanto miembros de diferentes grupos sociales" (Smith-Castro, 2006, pág.2), considerando el grupo social como la representación cognitiva que tiene el individuo sobre sí mismo y sobre los demás en tanto miembros de una misma categoría social.

> El origen del concepto de identidad desde la perspectiva psicosocial, se encuentra en la obra de Erikson (1968). Para este autor, la identidad se forma a través de un continuo proceso de reflexión, en su mayoría inconsciente y en permanente desarrollo, donde cada sujeto emite un juicio sobre sí mismo en función de la percepción de cómo los demás individuos le juzgan; a la vez que juzga su propia percepción de cómo él es juzgado por los otros. (Escobar, Montes y Sánchez-Sierra, 2014, pág. 961)

El sujeto reflexiona sobre sí mismo, sobre sus creencias, etc., es decir, se posiciona como objeto para sí mismo, con el objetivo de configurar su identidad. Al mismo tiempo, necesita de la interacción con los otros, en tanto sujeto, y de su reconocimiento, para lo que, de nuevo, se coloca como objeto, en este caso, para los demás. Esto es justamente lo que aproxima el pensamiento de Erikson, a pesar de su enfoque psicoanalítico, a los planteamientos del interaccionismo simbólico, enfoque que se desarrollará más adelante en este apartado. (Torregrosa, 1983)

Además, desde esta perspectiva, se subraya el papel que las instituciones socio-culturales pueden tener en el desarrollo de la identidad. Dichas instituciones, que según Erikson son de diversa índole: políticas, religiosas, culturales, etc. influyen en el proyecto de vida del individuo, pues este se verá estimulado o inspirado por las ideas, creencias o valores que puedan emanar de las mismas.

Con el objetivo de aproximarse a su conceptualización desde la psicología social se destacan diversos enfoques teóricos que convergen en esta disciplina.

1.1.1. La identidad como categoría social

La teoría de la identidad social de Tajfel y Turner es relevante ya que plantea la existencia de dos tipos genéricos de identidad que determinan a su vez diversas clases de yo. Distinguen entre la identidad social y la identidad personal. La primera puede definirse como aquella que determina al yo en lo que concierne a grupos de pertenencia, es decir, se concibe como el vínculo psicológico que posibilita la unión del individuo con su grupo, mientras que la segunda determina al yo en materia de relaciones personales y rasgos idiosincrásicos. Más específicamente:

> Se denomina "identidad personal" a la condición, sentimiento o conciencia de ser el mismo sujeto desde el nacimiento, a la vez que diferente de los demás. La permanencia del yo a lo largo del tiempo es la que garantiza la identidad personal. Por otro lado, el concepto de "identidad social" hace referencia a las etiquetas que nos adjudicamos cuando nos sentimos o aspiramos a ser parte de un grupo humano, a cuyos miembros se atribuyen socialmente unas características distintivas de las que se atribuyen a quienes no forman parte de él. (Escobar, Montes y Sánchez-Sierra, 2014, pág. 961)

De esta forma, contamos con una determinada cantidad de identidades sociales en función del número de grupos a los que estemos adscritos. La pertenencia a un determinado grupo social, tal como señala Giménez (2000), podría conceptualizarse como aquella que se establece "mediante la asunción de algún rol dentro de la colectividad o mediante la apropiación e interiorización, al menos parcial del complejo simbólico-cultural que funge como emblema de la colectividad en cuestión" (Hogg y Vaughan, 2010, pág. 234).

Tal como se planteaba, en la identidad social el vínculo psicológico entre la persona y el grupo resulta imprescindible. Sin embargo, para que este vínculo tenga lugar el individuo debe tener la percepción de que pertenece a ese grupo, así como sentir algún tipo de afectividad por el mismo como resultado de esa conciencia de pertenencia, además de tener conciencia de aquellas connotaciones positivas o negativas que se le otorgarán por el mero hecho de pertenecer a ese grupo. Por este motivo, la conciencia de pertenencia a un grupo se sitúa como punto de partida para el desarrollo de la identidad social, pues a partir de ahí también el sujeto comenzará el desarrollo de su proceso de diferenciación frente a los miembros de otros grupos, constituyendo así, por tanto, su propia identidad personal.

En ambos tipos de identidad se desvela la importancia de los otros. El proceso de conformación de la identidad se desarrolla en la interacción social, es decir, en la

interrelación de los individuos en un determinado contexto temporal y espacial, un aspecto especialmente interesante para este trabajo.

Aunque en un primer momento no existía un claro consenso acerca del abordaje de tal proceso de construcción (de hecho, se señalaban los procesos de asimilación y diferenciación como posturas teóricas contrarias), se ha constatado que se caracteriza por un doble proceso. Por un lado, la construcción de la identidad se basa en un proceso de diferenciación con respecto a los demás individuos, de tal forma que la persona queda provista de una cierta singularidad, aquello que se conceptualiza como unicidad. Por otro, es indispensable también un proceso de asimilación a determinados individuos pertenecientes a diferentes grupos sociales. Este último proceso consiste en la acumulación de una serie de rasgos, compartidos con otro grupo de individuos, de tal forma, que el individuo se siente identificado con este grupo de personas y, por ende, con el grupo social del que dichas personas forman parte. Es decir, la identidad se desvela "como un sentimiento consciente personal que nos hace individuos únicos, estables y distintos de los demás, y como una equiparación del individuo con otras personas o grupos sociales con los que se comparte una serie de características" (Escobar, Montes y Sánchez-Sierra, 2014, pág.961).

Sin embargo, aunque la identidad se construye y se transforma en la interacción social, no todos los grupos tienen las mismas posibilidades para ejercer el poder de identificarse con determinadas características, para nombrar a otros grupos o incluso a sí mismos. Tal como sostenía Bourdieu (1980), solo aquellos que más autoridad tengan por el propio poder que posean dentro del orden social serán los que tengan la capacidad legítima para nombrase a sí mismos y para nombrar a los demás y, por tanto, para imponer esas propias definiciones en todo el orden social. De esta forma, las definiciones construidas por esos grupos legitimados por el poder son las que funcionarán como un sistema de categorización que otorgará y fijará una determinada posición en la jerarquía social a los grupos sociales en función de esa definición (Martínez, 2008). Por tanto, "los procesos subjetivos —en interacción constante con el medio y subordinados a los sistemas simbólicos que dotan de inteligibilidad a la experiencia— están radicalmente atravesados por relaciones de poder." (Pujal i Llombart, Calatayud y Amigot, 2020, pág. 4)

Atendiendo a la categorización social, es necesario puntualizar que se emplean categorías sociales para entender la realidad social. Esto es, las categorías sociales no solo suponen un elemento clave en la conformación de las identidades de los individuos sino también para la comprensión de la realidad social que les rodea. De este modo,

funcionan como indicadores diferenciadores que posibilitan a los individuos elaborar una especie de estructura organizativa para entender la realidad social. Para ello, emplean procesos de diferenciación y asimilación. Para categorizar a un grupo por sus rasgos idiosincráticos simplemente habrá que tener en cuenta aquellas características que ese grupo social emplea para identificarse y ser reconocidos como grupo social diferente culturalmente. Por eso, las identidades diferenciadas no surgen en sí de la cultura, es decir, una diferencia cultural no produce por sí sola una identidad diferenciada sino que esta se crea en la interacción social, donde los grupos o sus miembros emplean determinados rasgos para afirmar esa distinción cultural.

Una de las principales conclusiones que se adquiere de esta propuesta teórica es que las identidades sociales se convierten en un aspecto primordial en el desarrollo y producción del autoconcepto o autopercepción que tiene una persona sobre sí misma, es decir, en "el conocimiento que posee un individuo de que pertenece a determinados grupos sociales junto a la significación emocional y de valor que tiene para él/ella dicha pertenencia" (Scandroglio, Martínez y Sebastián, 2008, pág. 81). Así, para algunas personas, una determinada identidad social como, por ejemplo, la identidad nacional, esto es, el sentirse perteneciente a una determinada nacionalidad y compartirla con otros individuos, puede resultar el aspecto de su identidad que más lo define y, por ende, el más importante para sí mismo. Asimismo, se evidencia la importancia de la interacción social en la conformación de las identidades. Por eso, es importante explorar otros enfoques teóricos, más cercanos a una perspectiva sociológica como el del interaccionismo simbólico, en los que también se enfatiza la centralidad de la interacción en el proceso de configuración de la identidad.

1.1.2. La identidad como legitimidad pública

a. La identidad como producción negociada de significados: la filosofía pragmática de James y Cooley.

Se sitúan los orígenes del interaccionismo simbólico en la filosofía pragmatista de James (1890) y Cooley (1902, 2005) y en el conductismo y evolucionismo. Sin embargo, no se adscribe a ninguna de ellas, sino que se sitúa en el cruce entre ambas, un espacio que después se reivindicaría como propio de la Psicología Social. Este enfoque destaca por enfatizar la importancia y/o las funciones del símbolo en la vida social, así como en la configuración de las relaciones interpersonales y de la propia identidad. Su conceptualización del yo se fundamenta en dos supuestos principalmente:

> Por un lado, se considera que el individuo y la sociedad son unidades inseparables e interdependientes. A través de la socialización, los sujetos van

> adquiriendo los símbolos que les permiten desarrollar su capacidad de pensamiento y que otorgan significado a la realidad social. De este modo, los individuos interpretan el mundo social y actúan e interactúan en él, influyendo así lo social en la personalidad. Por otro lado, se destaca que los sujetos, antes de reaccionar a las acciones de los demás, las interpretan. La respuesta de cada individuo está condicionada por el significado que otorgue a las acciones ajenas. (Escobar, Montes y Sánchez-Sierra, 2014, pág. 962)

De esta forma, se sitúa a los símbolos y a la interacción como elementos clave en la comprensión tanto de la identidad del individuo como incluso de la propia organización social. También, se subraya que la interacción es simbólica, es decir, tiene un sentido social, un significado que surge a su vez de los individuos que participan en esa interacción. Así, la identidad del individuo depende y se construye a partir de los significados que transitan mientras este interactúa, así como de la situación de este en esa interacción social. Es decir, la identidad se va conformando en la interacción con los otros, en una relación que además es inestable porque está siempre inconclusa.

En este sentido, el lenguaje no es un simple instrumento que transmite aquello que sucede fuera de la situación en la que está teniendo lugar el intercambio discursivo sino que, aparte de informar, manifiesta posiciones sobre objetos sociales. Esto es, a partir del lenguaje, el individuo expresa una posición sobre sí mismo, sus intenciones sobre lo que le gustaría ser y unos propósitos en relación al otro interlocutor. A través del habla no solo se reconstruye o se articula la realidad para el sujeto sino que él mismo se articula, ya que se da forma a las intenciones y significado a las acciones. El sujeto se considera, así, sujeto de la palabra, un sujeto del orden simbólico. El acto social en donde tiene lugar la interacción se define como "unidad de interacción que tiene sentido, donde no solamente se produce una conversación <informativa>, sino una interpretación con sentido y una <acción social>" (Fernández Villanueva, 2003, pág. 19) Por eso, "l' identité est donc la conséquence d' un processus social d' interprétation des significations partagées et transmises dans la communication"[2] (Serrano Pascual, 1997, pág. 97) Es decir, es una construcción social que tiene sentido social, pues tiene sentido para quienes interaccionan con el individuo y se conforma de acuerdo a los significados que existen a su alrededor.

[2] La identidad es, por tanto, la consecuencia de un proceso social de interpretación de significados compartidos y transmitidos en la comunicación.

Por otro lado, el proceso de socialización se define como un proceso en el que se ven involucrados tanto procesos intrapsíquicos o cognitivos como la propia relación del sujeto con los denominados agentes de socialización. Esto es, hace referencia a:

> El proceso en el cual los individuos incorporan normas, roles, valores, actitudes y creencias, a partir del contexto socio-histórico en el que se encuentran insertos a través de diversos agentes de socialización tales como los medios de comunicación, la familia, los grupos de pares y las instituciones educativas, religiosas y recreacionales, entre otras. (Skim y Becerra, 2013, pág. 122)

Se trata de un proceso continuo, que se desarrolla a lo largo de toda la vida del individuo, en donde este último incorpora información del medio que le rodea de forma constante. Es el proceso por el que el individuo interioriza la sociedad, a partir del cual participa en esa sociedad y se convierte en un integrante significativo de la misma. La estructura social se instaura en las estructuras cognitivas del individuo y en la construcción de su identidad principalmente a través del símbolo lingüístico. A través de la instauración de una serie de valores y creencias que funcionan como esquemas se orienta la conducta de los individuos. “De ahí que cada comunidad establece lo que se debe hacer y lo que se prohíbe, y al mismo tiempo son provistas las sanciones para quienes falten a lo pactado socialmente.” (Mercado y Hernández, 2010, pág. 244) Sin embargo, también los roles se configuran en la interacción social; es decir, no son en sí una plasmación de la estructura socio-cultural, ya que requieren de una interpretación personal en momentos concretos de interacción. Así, por tanto, el proceso de socialización se completa con el proceso de individuación, a través del cual, el individuo, a partir de su propia experiencia diferenciada, interpreta aquellos contenidos que incorpora de su contexto histórico social o socio-cultural. Por tanto, la individuación señala que el proceso de socialización tiene diferentes efectos dependiendo del individuo que se vea involucrado en el mismo.

De esta forma, la estructura social pierde su inmanencia y se evidencia que también surge como resultado de la interacción y que ambas, tal como señala Stryker (2000), subyacen y definen a los sujetos. Así, se destaca la importancia de la dimensión social en el proceso de construcción de las identidades.

> La estructura, génesis, desarrollo, mantenimiento, transformaciones y disolución de la identidad personal son constitutivamente sociales, esto es, se producen o construyen a través de procesos sociales de interacción, sin referencia a los cuales la identidad personal tiende a sustantivizarse en exceso en la conciencia

> individual y/o, lo que es más inadecuado, en su soporte biológico. (Escobar, 2018, pág. 185)

De hecho, tal como plantea Torregrosa (1983), la identidad personal, antes de ser una identidad para el propio individuo es una identidad para los demás, y solo desde los otros puede empezar a conocer la persona quién es. Por tanto, cada identidad individual es una realización colectiva, en la que, por supuesto, participa el propio sujeto, pero en la que, antes de que el propio sujeto pueda participar, ya se le ha señalado como candidato a una de las identidades sociales que forman parte del repertorio de identidades que tiene una sociedad y que preexisten a él mismo. Conforme el individuo avanza en su proceso de socialización va interiorizando tales identidades sociales, las cuales son asumidas como estructuras inevitables de la conciencia del individuo.

La conciencia del individuo, es decir, los procesos reflexivos del sujeto, también juegan un importante papel en la configuración identitaria. Se enfatiza la capacidad reflexiva del ser humano, es decir, la capacidad de tomar conciencia sobre uno mismo y reflexionar sobre sí mismo para autointerpretarse, tal como antes se mencionaba. Esto conlleva a visualizarse como objeto, tomar distancia de uno mismo y ubicarse en la perspectiva del otro a la hora de reflexionar sobre qué o quién se es. La autoconciencia acerca de uno mismo es lo que otorgaría la identidad al individuo; sin embargo, esta no proviene del sujeto, no emerge del mismo, sino que proviene de la interacción social con los demás individuos. Se trataría de una reflexión acerca de la reacción que los demás muestran sobre ese individuo. Así, el origen de la identidad se encuentra en la reacción interactiva del yo con los otros. Es decir, se encontraría en ese reflejo de los otros en uno mismo y del yo en los otros. Por tanto, la autoconciencia es una construcción social, pues depende de la comunidad social. Este proceso por el cual el individuo se autointerpreta y toma conciencia de sí mismo tanto como objeto como sujeto, así como su resultado es lo que conceptualiza G.H. Mead (1934) como el *self*, el cual sólo puede existir para el individuo si asume los roles de los otros sujetos.

En relación a la autoconciencia en cuanto a objeto, se propone el concepto de “mí” que es el conjunto de las actitudes de los otros que el “yo” ha interiorizado; es un reflejo social de las actitudes de los otros, y, por ende, del conjunto de la sociedad. “El individuo se convierte en un objeto para sí mismo, precisamente, porque se descubre adoptando las actitudes de los otros que están implicados en su conducta.” (Mead, 1991, pág. 178). En cambio, la toma de conciencia por parte del individuo en cuanto sujeto se considera como el “yo”, es decir, “se puede entender con la idea del sujeto activo, el que organiza de modo único y personal las actitudes de los otros, por lo tanto resulta impredecible.”

(Fernández Villanueva, 2003, pág.26). Es el que reacciona con cierta indeterminación a las actitudes de los otros. Estos dos elementos del *self* operan como dos fases cronológicas en vez de como dos partes claramente diferenciadas. Se desarrollan a partir de la experiencia social y prácticamente desde los momentos iniciales del individuo. Así, todo *self* es un *self* social, resulta de un proceso y a consecuencia o como producto de las situaciones.

La imagen y la imaginación también desempeñan un papel importante en el desarrollo de la autoconciencia. Al proceso de percepción primaria, desarrollado especialmente a través del sentido de la vista, se une la imaginación y se conforma la primera conciencia de un yo. El yo social, que es un yo reflejado o espejo, pues aflora como reflejo de las actitudes u opiniones de los otros sobre el propio sujeto, tiene tres componentes principales: "la imaginación de cómo aparecemos ante la otra persona; la imaginación del juicio de ésta sobre tal apariencia y una especie de autosentimiento, como orgullo o mortificación." (Fernández Villanueva, 2003, pág. 31)

Otro aspecto importante que resaltar es la influencia del entorno o contexto social en la construcción de la identidad., la cual determina en qué situaciones es pertinente llevar a cabo una diferenciación o identificación con otros individuos. Sin embargo, estos procesos se completan mediante un sentido de coherencia (sentido de identidad) que surge como resultado de la continuidad del yo. Entre este sentido de identidad y el contexto social se desarrolla la construcción identitaria.

Teniendo en cuenta la importancia de la continuidad del yo para otorgar sentido a la propia identidad, es importante destacar el concepto de Revilla (2003) de anclajes de la identidad, entendidos como elementos que sujetan a los individuos inevitablemente a su identidad. Un primer anclaje de identidad sería el cuerpo, pues es la apariencia física y la continuidad corporal, así como el espacio-tiempo en el que se sitúa el individuo los que funcionan como criterio para la asignación de una identidad en tanto seres corporeizados. Asimismo, la capacidad de agencia se encuentra estrechamente ligada al cuerpo, en tanto que este último posibilita al sujeto ser un actor con cierta autonomía. Es a partir del propio cuerpo cómo el individuo decide proyectar al resto de personas la imagen que quiere o desea que estos desarrollen sobre sí mismo.

El nombre propio también funciona como anclaje de identidad, pues a partir de este el individuo es conocido socialmente y se reconoce a sí mismo. "El nombre propio nos liga a un espacio y a un tiempo, así como a unas determinadas relaciones en cuanto constitutivas de la identidad personal." (Revilla, 2003, pág. 60). Para el propio individuo supone un elemento identitario al que afianzarse para confirmar y apuntalar su identidad,

posibilitando que se reconozca a sí mismo como único y simultáneamente como el mismo de siempre.

Como tercer elemento de anclaje de identidad se encuentran la autoconciencia, antes detallada, y la memoria. Esta última es entendida como elemento de codificación y selección de toda la información que se recibe de la experiencia, a partir del que, mediante el lenguaje, se construyen las narraciones sobre el individuo, así como de todo aquello que le rodea, que posibilitan al sujeto generar autoconciencia sobre sí mismo e identificarse como tal.

El cuarto y último anclaje de identidad guarda relación con las demandas de interacción. Se trata de la confianza que va a ser demandada por parte de los otros sujetos al individuo para entablar la interacción social. Es decir, se va a demandar al individuo que sea una persona en la que se pueda confiar, que se muestre responsable de su actuación y que, además, esta última sea predecible. “No se puede sostener una identidad viable si no existe confianza en el sujeto y ésta debe mantenerse a través del compromiso inquebrantable con la propia identidad.” (Revilla, 2003, pág. 62)

Por tanto, a partir de los planteamientos del interaccionismo simbólico se demuestra, en primer lugar, que las personas se relacionan con las cosas y con ellas mismas en función del significado que tienen para ellas. En segundo lugar, que ese significado surge en la interacción social. Y, por último, que la modificación o utilización de esos significados se lleva a cabo a través de un proceso de interpretación por parte del sujeto al tener que interactuar. El proceso de objetivación y producción negociada de significados sobre cómo los individuos quieren ser vistos y reconocidos podría verse intensificado en la contemporaneidad por las redes sociales.

También es interesante rescatar y resaltar del interaccionismo simbólico el enfoque de Goffman (1997) debido a la importancia que otorga a la imagen que desean proyectar los individuos sobre sí mismos hacia los demás, a modo de presentación, a través de un proceso de gestión de impresiones en la conformación de la propia identidad. Más particularmente, se destaca este enfoque dramatúrgico, por el interés que suscita para este trabajo a fin de entender los procesos que intermedian la negociación de la legitimidad pública que se pone en juego en el espacio virtual de las redes sociales.

b. La identidad como presentación del sí mismo: El modelo dramatúrgico de Erving Goffman.

Analizando con profundidad la propuesta goffmiana, se desvela el énfasis que otorga a la dimensión del orden expresivo y a la gestión estratégica de las apariencias en la

conformación de la identidad del individuo; es decir, a la construcción de significado a partir de la interpretación de gesto, signo e imagen del individuo. La puesta en escena y el rol del público, por tanto, cobran una gran importancia. De hecho, la presentación en público (legitimidades declaradas) sería tan importante como aquellas otras prácticas concretas que se alejan de estas legitimidades en determinadas situaciones sociales. La importancia de las apariencias, es decir, de la presentación superficial del sujeto, enfatiza la influencia de la dimensión corporal en la conformación de la identidad. El sujeto pasa a ser como detalla Delgrado (2006) "el lugar sobre cuya superficie un orden socio-espacial determinado inscribe sus demandas y materializa sus discursos" (Marrero-Guillamón, 2012, pág. 316)

También se subraya el papel del discurso, empleado en la interacción, en la negociación y conformación de la propia identidad. Se consideran los discursos como prácticas, a través de las cuales los sujetos no se expresan, sino que hacen cosas.No obstante, se insiste en la importancia no del sujeto, con sus prácticas y discursos cambiantes en función de las circunstancias, sino de la propia situación social cotidiana, es decir, de la interacción en sí, en la que las normas de aceptación de esos discursos y prácticas dependerán de los participantes y del espacio en el que tenga lugar la interacción e incluso de la propia definición de la situación social.

> Lo que el concepto de «situación social» pone de relieve es que hay un orden público comunicacional (…) que impone un orden de regulaciones sobre la interacción: una selección del tipo y número de participantes que pueden intervenir, una estructura de lo decible, un margen para el cambio de tema, una selección sobre el tipo de actuaciones (verbales y no verbales: movimientos corporales, posición, tono de voz…) permitidas, un margen para la divergencia de opiniones, un determinado grado de implicación en la situación…(Criado, 1998, pág. 59)

Por tanto, el compromiso del sujeto con la situación es lo que mantiene el orden social como tal. A través de la economía comunicativa, la cual se adquiere conforme el individuo forma parte de un grupo social, se toma conciencia del tipo de conducta que hay que presentar en cada una de las situaciones sociales que se dan. Esta toma de conciencia es en sí un aprendizaje práctico de las situaciones sociales, en cuanto a las pautas de interacción y estructura de constricciones que imperan en ellas, para adaptarse a las mismas. Asimismo, implica la adquisición práctica de los esquemas que otorgan sentido a las palabras, objetos y acciones dentro de dichas situaciones sociales. Así, la persona adquiere una competencia comunicativa, a través de las interacciones

sociales en las que va participando, y que va a compartir con el resto de miembros del grupo social al que pertenece. Dicha competencia social es, en sí misma, una competencia cognitiva e interpretativa. Por tanto, "toda práctica del sujeto se produce siempre en una situación social que le impone unos imperativos prácticos materiales y simbólicos" (Criado, 1998, pág. 67)

De esta forma, se subraya que la identidad del sujeto es interactiva, es decir, surge debido a "la influencia recíproca de un individuo sobre las acciones del otro cuando se encuentran ambos en presencia física inmediata (Goffman, 1997, pág. 27)" y como resultado de una continua negociación entre la reivindicación de sí mismo y la aceptación y ratificación de esa definición de sí mismo por los demás. Tal como señala Collins (1988), para Goffman el individuo no posee un yo antes de la interacción. En cambio, es esta última la que impulsa a los sujetos a tener y a actuar como si tuvieran un yo.

En las interacciones sociales, los sujetos que interactúan con un determinado individuo buscan conocer o definir a ese individuo organizando las expectativas que pueden producirse sobre él, no solo para identificarle o reconocerle sino también para conocer y definir la situación o el contexto en el que todos se encuentran interaccionando. Esto es, trata de controlar la conducta de los individuos con los que interactúa a través de su influencia en la definición que puedan formular los mismos de la propia situación. El individuo trata de plantear una definición de la situación que la dote de estabilidad, de modo que no propicie una ruptura en la interacción. Por eso, las personas no solo actúan para las demás sino para aquello que se imaginan que se espera de ellas mismas, por lo que, a veces, debido a las expectativas de los roles pueden llegar a dar una impresión que conscientemente no estén dispuestas a producir. De igual forma, se busca ordenar aquellas expectativas que el propio individuo se puede generar acerca de los otros presentes en la situación social. La expresividad de la persona, es decir, su capacidad para suscitar impresiones supone dos tipos diferentes de "actividad señalizadora *(sign activity):* la expresión que *produce (gives)* y la expresión que *se le escapa (gives off).*" (Caballero, 1998, pág.128) Esta puede proceder de objetos que la persona lleva consigo tales como ropa o accesorios, así como del propio entorno en donde tiene lugar la interacción social. (García, 2011)

Otro concepto interesante e importante de la propuesta goffmaniana es el de actuación o *performance,* en donde puede apreciarse cierta analogía con la práctica teatral. Se define como "toda actividad de un individuo que tiene lugar durante un período señalado por su presencia continua ante un conjunto particular de observadores y posee cierta

influencia sobre ellos" (Goffman, 1997, pág. 33). "La pauta de acción preestablecida que se desarrolla durante una actuación y que puede ser presentada o actuada en otras ocasiones puede denominarse «papel» (part) o «rutina»." (Goffman, 1997, pág.27) Aquello que se representa durante ese determinado período se considera real hasta la finalización del mismo. Ahora bien, las interacciones sociales funcionan como rituales conversacionales, en donde se crea un sentido de realidad que es compartido por aquellas/os que participan en ellos, por lo que la realidad no tiene que ser necesariamente efímera. Así, la cotidianeidad está constituida por ritualizaciones que ordenan y dan sentido a las actuaciones de las personas. En ellas se construyen símbolos sociales con una cierta carga moral que van a ser reconocidos por las/os participantes durante cierto tiempo, los cuales ejercerán diversas presiones, funcionando como un pequeño sistema social con sus propias normas.

Una relación social se establece cuando el individuo repite la pauta de acción preestablecida, es decir ese papel en diferentes ocasiones frente a los mismos observadores/as o audiencia. Por tanto, para sí mismo el individuo no es una expresión, sino más bien una representación, es decir, una versión de sí mismo que se va construyendo en la interacción social. El individuo como "actor trata de manejar las impresiones públicas con el fin de producir las reacciones que espera de sus espectadores." (Amparán y Gallegos, 2000, pág. 243) Para ello, puede esconder aquellos aspectos que no desea mostrar a los demás. La persona, con el fin de impresionar, se presenta a los demás mostrando información sobre sí misma que ha seleccionado previamente, la cual será diferente en función de la situación en la que se encuentre y los participantes que interactúen en la misma. Por tanto, los sujetos como actores sociales presentan un diferente "sí mismo" en relación con distintas personas en diferentes situaciones.

En ese marco, se desvelan dos aspectos del yo. El yo actor, que es quien organiza la representación. Y el yo representado o actuado, que es el que es proyectado en la representación misma. Este último surge de las valoraciones de los demás individuos. Esos individuos observadores se consideran coparticipantes o audiencia. Tanto los/las actuantes como la audiencia en sus actuaciones escenifican aquellos valores asociados a ciertas posiciones sociales, que es lo que se conceptualiza como roles sociales. Debido a que la audiencia no tiene acceso a la verdad, el control de la apariencia o de las impresiones por parte del individuo en su actuación es muy importante. Así, las personas cuidan aquellos aspectos menos controlables de su conducta, tomando distancia con respecto a los coparticipantes, precisamente para evitar que estos últimos puedan controlar aquello que sucede. No obstante:

> When Goffman describes people as strategically managing impressions, he is describing how people respond to social arrangements. Under some conditions, which are probably familiar to us all, we may need to conceal our true feelings to get a job done, to get along, to avoid being punished, or to save our skins. Usually, it is when we are materially dependent on others that we must rely on strategic impression management. This is less a choice to be deceptive than it is a choice to survive (Schwalbe, 1993, pág.342)[3]

Así, por tanto, la noción del sujeto como actor no haría referencia a "un sujeto cínico que desarrollaría estrategias siempre interesadas en el juego de interacción." (Criado, 1998, pág.60). En contraposición, se vincula con la idea de un sujeto creyente y a su vez escindido a partir de los conceptos de implicación y marco. Por implicación se entiende un proceso en el que el sujeto no consigue controlar del todo la dirección de sus sentimientos y su atención cognitiva (Criado, 1998) Así, se cuestiona la visión del individuo como un sujeto conscientemente estratégico; este sería más bien un sujeto creyente, implicado además de sujetado, pues es producido para que forme parte de la interacción sin tener la posibilidad de plantearse si merece la pena participar en el propio juego de la interacción. Este concepto de implicación es indicativo de cómo se incorporan las imposiciones de la estructura social, a pesar de que el sujeto actuará dependiendo de la situación social en la que se encuentre. Los sujetos interiorizan l dicha estructura a partir de las rutinas de interacción cotidianas, en donde se establecen y reproducen las jerarquías sociales, las definiciones de las situaciones y de los individuos, que implican un valor social, así como las dinámicas de inclusión y exclusión. Por eso, existe "una inversión emocional de los sujetos en el juego de la interacción: porque lo que está en juego no es solamente el «crédito social» que podemos obtener, sino toda nuestra identidad." (Criado, 1998, pág. 61)

Por su parte, el concepto de marco establece que la experiencia se encuentra dividida en diferentes universos de existencia. Estos subuniversos, que son los marcos, presentan diversas pautas de funcionamiento y de verosimilitud, y a través de ellos los individuos seleccionan de la diversidad que perciben aquellos aspectos que son relevantes y los articulan de tal forma que cobren sentido. La aplicación de marcos a la experiencia comprendería dos fases. Por un lado, el sujeto trata de encontrar

[3] Cuando Goffman describe a las personas como personas que gestionan impresiones estratégicamente, está describiendo cómo responden a los acuerdos sociales. Bajo algunas condiciones, que probablemente todos conocemos, es posible que necesitemos ocultar nuestros verdaderos sentimientos para realizar un trabajo, llevarnos bien, evitar ser castigados o salvar el pellejo. Por lo general, es cuando dependemos materialmente de otros, cuando debemos confiar en la gestión estratégica de impresiones. Esta es menos una elección para engañar que una elección para sobrevivir.

evidencias, dentro de la propia situación, indicativas del tipo de marco que debe aplicar. Por otro lado, en función del marco, trata de inferir las implicaciones que le guiarán en la situación. Así, las personas actúan dentro de un marco en el que existen unas reglas de interpretación convencionales que es preciso conocer para poder después manejarlas. Los sujetos variarán las prácticas que desarrollen en función de los esquemas prácticos que imponga ese determinado marco aplicado a la situación social. Es decir, en cada marco coexisten unas relaciones de poder que determinan y definen las diferentes posibilidades de actuación y las posibilidades de éxito que tienen las distintas estrategias de presentación. Dado que tales actuaciones tienen sus consecuencias, los individuos actuaran persiguiendo el éxito en las mismas.

En ese sentido, el sí mismo llega a constituirse debido a que "existen marcos (o códigos) que estructuran la experiencia social de los agentes en términos de oposiciones binarias, a través de las que el agente organiza su sí mismo según las oposiciones principales: asumir un comportamiento masculino frente a uno femenino" (Amparán y Gallegos, 2000, pág. 246), etc. De esta forma, los marcos funcionan como "esquemas interpretativos que simplifican y condensan la realidad social, al seleccionar y codificar situaciones y eventos y relacionarlos con el medio en el que se desenvuelve el actor." (Amparán y Gallegos, 2000, pág. 239). El proceso cognitivo por el que el sujeto aplica un marco u otro en función de la situación social en la que se halle, con el correspondiente grado de implicación y creencia que se activará automáticamente en consecuencia, es lo que le cataloga como sujeto escindido. Este proceso se produce de forma automática debido a que "el sujeto ha sido producido—ha interiorizado las categorías del orden social— en el curso de repetidas interacciones que ponen en juego una serie limitada de marcos." (Criado, 1998, pág. 62). Por tanto, la gestión de la interacción depende del ajuste de las personas a la propia, pero también de su manejo de las estructuras sociales y de la consecución de fines asociados al poder.

A partir del modelo dramatúrgico de Goffman se trata de plantear una visión de la vida social en donde los individuos se esfuerzan por proyectar a los demás una imagen convincente sobre sí mismos. Los sujetos intentan, más que hacer algo, llegar a ser algo. Se cuestiona una concepción del sujeto moderno (auténtico y autónomo, con una esencia individual), pues se aboga por resaltar la importancia de las relaciones, especialmente, las superficiales. Debido a la multiplicidad de las relaciones en las que el sujeto se ve inmerso, este último sería necesariamente múltiple, un sujeto dinámico en cambio permanente. Las redes sociales y sus dinámicas podrían exacerbar estos efectos, debido a la hipervisualización y conectividad que fomentan. Esta última visión del sujeto posibilita establecer un determinado nexo con los planteamientos que se

recogen a continuación bajo lo que se ha denominado como psicología social crítica, en donde se interpreta la configuración de la identidad como proceso inacabado.

1.2. La identidad como proceso inacabado.

Esta nueva perspectiva de la Psicología Social se encuadra dentro del movimiento cultural y de pensamiento que se ha denominado posmodernidad, pues comparte varios de sus supuestos epistemológicos, éticos y políticos. Parece interesante explorar la conceptualización de la identidad desde esta perspectiva, pues permite analizar cómo ha cambiado su modo de conformación o adquisición dentro del contexto de la modernidad tardía. Especialmente, resulta interesante analizar su transformación en contextos de crisis institucional de los anclajes y certezas, así como de los rituales dirigidos a restablecer el orden de género, pues permitirá desvelar cómo estos contextos pueden llevar a articular doxas que impulsan al sujeto a coparticipar en los procesos de conformación del yo y que domestican incluso sus propias experiencias con el cuerpo, con la sexualidad y/o con el género, intensificando la demanda de hacer la vida un proceso gobernable.

La posmodernidad como imaginario cultural, es decir, vinculada con aquellos procesos socio-históricos que inciden en el orden de las creencias, supone el planteamiento de un escepticismo epistemológico en cuanto a los fundamentos principales del pensamiento moderno. Se problematizan cuestiones relacionadas con la existencia de una razón universal, el individuo, etc. Esto es, se trata de un movimiento que propugna la inexistencia de verdades absolutas. En este sentido, promueve una reformulación e interrogación de los presupuestos básicos de la identidad, como es la naturaleza universal del sujeto como fundamento último y trascendental.

En cuanto a la noción de sujeto, propone que “definir un sujeto puede suponer no sólo una forma de dominación (sujeción) sino también la emergencia de posibilidades de acción y trasformación de las mismas condiciones de posibilidad que dieron lugar a la constitución de ese sujeto.” (López y Enrique, 2004, pág.7). No obstante, tal como sostienen López y Enrique (2004) es necesario tomar distancia de una visión humanista de la acción, que consideraría al sujeto como fuente de la misma, para no caer en la premisa de la necesidad de una definición previa y estricta de sujeto para el desarrollo de la acción. Se trataría de conceptualizar la capacidad de acción del sujeto en tanto que posibilidad de poder actuar modificando las redes de prácticas de significación con efectos normativos a través de las cuales el sujeto es conformado, es decir, alterando la regla que le precede y le constituye. Así, por tanto, la capacidad de acción del sujeto no sería tanto una propiedad de este último y, en consecuencia, no encontraría su

fundamento en él; sino más bien sería un producto de relaciones y responsabilidades compartidas. Y, a su vez, el sujeto no sería el antecedente racional de la acción sino que se conformaría en ella. De esta forma, actuar consistiría en generar otras relaciones semióticas y materiales, creando nuevos significados y posibilidades, y así, de este modo, generando otras subjetividades. Se propone el concepto de agencia para explorar el origen de la capacidad de acción del sujeto en su propia configuración identitaria. La agencia, entendida como una potencia para la acción, haría referencia a "la capacidad-posibilidad de producir un efecto de novedad frente a un trasfondo de constricciones normativas." (López y Enrique, 2004, pág. 17) Esta no se plantearía como propiedad de los sujetos y, por ende, no dependería de la intención de estos, sino que sería anterior a estos y a la estructura normativa. Es decir, sería más primaria y básica y tendría su origen en las relaciones. Por eso, ocuparía siempre una posición en el espacio social, en concreto, en el entramado de relaciones que la conforman. Así, esta agencia se presenta como alternativa "de fundamentación parcial, precaria y situada frente a la fundamentación necesaria que se proponía desde el sujeto trascendental de la modernidad." (López y Enrique, 2004, pág. 21)

Por tanto, desde el planteamiento de la modernidad tardía se enfatiza la importancia de la agencia del sujeto en la configuración identitaria, la cual se plantea como inacabada porque la agencia es intersubjetiva (se origina en las relaciones que anteceden al propio sujeto) y, por tanto, susceptible de verse sometida a cambios. La posmodernidad, con esta exaltación de la dimensión relacional, presenta un cierto paralelismo con el pensamiento del interaccionismo simbólico, especialmente con los planteamientos de Goffman, donde también se subraya el papel de la intersubjetividad en la conformación de la identidad del individuo.

1.2.1. La identidad escindida

En ese marco, gran número de investigaciones apuntan que resulta impreciso categorizar al yo como una única entidad totalmente indiferenciada, y proponen considerar que el autoconcepto sobre uno mismo comprende una compilación de identidades parcialmente independientes que conllevan su particular camino de descubrimiento. Estas identidades resultan variadas, ya que cada una de ellas se construye en el interior de las relaciones sociales a través de las cuales interactuamos con nuestro entorno. La convergencia de un amplio número de identidades con sus respectivos procesos de autoconocimiento conlleva un mayor grado de autocomplejidad de la persona, lo cual se ha visto acentuado en el periodo de la posmodernidad. Sin embargo, antes de ahondar en ese proceso de complejidad del yo que trae consigo la modernidad más reciente, es importante analizar los cambios existentes en el desarrollo

de la identidad desde que tuvo lugar la descomposición de marcos e instituciones sociales. Desde que la modernidad comienza a sustituir los imaginarios premodernos, los cuales definían la posición de los individuos en función de criterios prefijados como el lugar de nacimiento, de modo que no cabía la interrogación acerca de quién se era, la identidad se presenta como una tarea e incluso una meta que los sujetos tienen que desarrollar a lo largo de toda su vida, a través de hechos que demuestren o validen que se posee dicha identidad que se proclama.

Se entiende por modernidad, siguiendo el pensamiento de Habermas, retomado por Martuccelli (2013), a aquella etapa en donde adquiere gran relevancia el desarrollo de la razón. Esta se caracteriza, por un lado, por la ruptura de la unidad del mundo y del individuo y, por otro, por la búsqueda de una integración de la sociedad mediante el desarrollo de la razón. Se trata de un constante enfrentamiento entre antiguas normas que han quedado desprovistas de significación social y el surgimiento de la obligación de conformar otras nuevas que permitan regular las nuevas situaciones. Una de las matrices de la modernidad es la diferenciación social. “La modernidad define una sociedad compleja y heterogénea en la medida en que esta se compone de grupos diferentes siempre más numerosos y jerarquizados entre sí.” (Martuccelli, 2013, pág. 36). Como consecuencia directa de la conformación de sociedades cada vez más complejas que supuso un aumento de las diferencias entre los individuos, surge el culto al individuo o la individualidad.

La transformación que el proceso de conformación de la identidad experimenta a lo largo de esta etapa supuso una cierta liberación con respecto a las ataduras de “los modos tradicionales, de las autoridades inmutables, de los hábitos predestinados y de las verdades incuestionables” (Bauman, 2010, pág. 109), que predominaban en las etapas anteriores. La constitución de la identidad moderna, caracterizada por una nueva libertad de autoidentificación, se fundamentaba y/o sostenía principalmente a través de una triple confianza articulada en torno a la confianza en uno mismo, en los demás y en la sociedad. Sin embargo, para ello era imprescindible “creer que está bien depositar la confianza de uno en las elecciones que *se hacen socialmente* y que el futuro se configura como cierto” (Bauman, 2010, pág. 110). Ya en el siglo XIX aparecen las primeras posiciones contrarias a esa supuesta confianza tan sólidamente fundamentada, ya que en el proceso de conformación del yo confluían, por un lado, la responsabilidad que debían soportar los propios individuos en cuanto a sus propias elecciones y, por otro, la indiferencia que mostraban los poderes por tales elecciones.

Diversos planteamientos teóricos apuntan a que la contemporaneidad estaría enfrentando un proceso de radicalización de la modernidad que posee, por un lado, dimensiones continuistas y, por otro, otras que suponen una clara ruptura con la modernidad. Entre estas últimas destacan el cuestionamiento del concepto de individuo, el papel que juega la razón, la creencia en la agencia, etc. A consecuencia, los procesos de conformación de las identidades de los sujetos se encontrarían, de nuevo, en un proceso de transformación. Así, parece interesante acercarse y analizar aquellas propuestas que teorizan acerca de ese proceso de cambio.

Por un lado, se encuentra el planteamiento de Zygmunt Bauman mediante el que se propone que este cambio se debería a que "estamos pasando de la fase "sólida" de la modernidad a la "fluida"." (2010, pág. 111). Esto tendría que ver con la globalización, definida como una gran transformación que "ha afectado a las estructuras estatales, a las condiciones laborales, a las relaciones interestatales, a la subjetividad colectiva, a la producción cultural, a la vida cotidiana y a las relaciones entre el ser y el otro." (Bauman, 2010, pág. 16). Tal proceso de cambio de fase es lo que Roberto Follari (2011) denomina como el paso a la posmodernidad, el cual, retomando a Vattimo, emplea el término de "rebasamiento" de lo moderno para designarlo. Así, la posmodernidad no sería lo contrario de la modernidad sino fruto del autocumplimiento o realización de la propia modernidad. Esto es, de la propia concreción histórico-factual de la razón, la técnica y la ciencia, fundamentos principales de la modernidad, surge su propia desvalorización y cuestionamiento, y no de la negación de las mismas. Por tanto, la modernización científico-técnica, que además continúa, produce su propia deslegitimación, a causa de su materialización y exacerbación. Es así como la propia modernidad, por tanto, altera sus modalidades y efectos culturales dando lugar a la cultura posmoderna.

Sin embargo, esa transformación de la identidad, debido a la pérdida de los marcos convencionales, supondría, tal como sugiere Bauman (2010), la conformación de identidades cada vez más frágiles y fragmentadas, ya que las interacciones sociales rutinarias, donde estas se conforman y, cuyo desarrollo, dichos marcos sociales organizaban, se caracterizan cada vez más por su fragilidad constitutiva. Esto se traduce, por un lado, en que las impresiones que se dan los individuos unos a otros en las interacciones cotidianas están constantemente expuestas a rupturas; por otro, en que debido a que el sujeto ya no puede verse protegido por la tradición, la persona se encuentra siempre en alerta tratando de descubrir o anticiparse a posibles peligros.

Tal ausencia de seguridad trae consigo un estado de ansiedad que desencadena una serie de crisis sociales. O incluso al revés, la crisis de las instituciones provoca una crisis

de las identidades. Por tanto, podría señalarse un vínculo entre esas crisis y un nuevo modo de producir identidades, el cual se fundamenta en el hecho de que el sujeto deja de ser un adjetivo pasivo en referencia a su propia identidad y ahora se interroga a sí mismo, se sospecha y se deconstruye. Así, esas identidades frágiles podrían poner en peligro el mundo ordenado hasta ahora planteado, pues diluyen cada vez más los rasgos distintivos entre unas personas y otras, provocando una mayor dificultad para el individuo a la hora de saber quién es o autodefinirse, en comparación con la garantía que le proporcionaban los marcos anteriores. Como resultado de este anhelo de seguridad, se puede producir una ansiada búsqueda de diferencias entre grupos sociales para volver a ese orden social en el que cada persona posee una absoluta garantía de quién es en base a los parámetros convencionales.

La identidad en la contemporaneidad se alejaría cada vez más de ser un conjunto unitario y coherente, firmemente fijado y sólidamente construido. De hecho, su percepción como un todo fusionado se plantea limitante para el individuo, así como un lastre para la flexibilidad y adaptabilidad que requieren las múltiples oportunidades ofertadas en la modernidad tardía. Se rechaza respetar las reglas e incluso permanecer fiel a la lógica de la continuidad, pues dichas opciones no se presentan como prometedoras. Así, la construcción identitaria se complejiza. Además, al contar con puntos de orientación escasos y a su vez continuamente cambiables, su proceso de conformación requiere, de la concentración de toda una vida, de una vigilancia continuada y de una enorme implicación de recursos, así como de un esfuerzo incesante. En el caso de aquellas identidades que se construyen como deficitarias, como sería el caso de la identidad femenina, dicha vigilancia permanente podría intensificarse. De este modo, se buscará la forma de canalizar toda aquella ansiedad generada en el proceso de conformación, estableciendo lo que Bauman (2010) denomina como apoyos de identidad sustitutorios, que supone el establecimiento de enemigos comunes hacia los que descargar toda esa rabia e incluso miedo colectivo acumulado. Así, aumentan los índices de exclusión y discriminación hacia aquellos/ as a los que se dibuja como los/as otros/as y hacia los/as que se proyecta toda esa ansiedad e incertidumbre provocadas por la ausencia de vínculos estables que aporten seguridad y confianza al individuo.

De esta cuestión se desprende el planteamiento de la identificación como un poderoso factor de estratificación. En concordancia con el pensamiento de Bourdieu, antes mencionado, el cual enfatizaba la asimetría de poder de unos individuos sobre otros para definirse a sí mismos y definir a otros dependiendo de su posición en la jerarquía social, se apunta que en la jerarquía global estarían presentes, por un lado, aquellas

personas que podrían componer y descomponer sus identidades siempre que quisieran atendiendo a la gran cantidad de opciones ofertadas y, por otro, aquellas personas a las que se les impide el acceso a la elección de identidad, de tal forma que son definidas por otros. De este modo, tendrán que acatar aquellas identidades impuestas de manera externa que les estigmatizan y deshumanizan, ante las que no se les permite ningún margen de renuncia.

A esto se suma el carácter provisional que se le otorga a todas y cada una de las elecciones culturales que se desarrollan en la modernidad. Todo en la condición humana está sujeto a revisión y reforma, es decir, "todo lo que es necesita ¨ser hecho¨ primero y que, una vez hecho, puede cambiar indefinidamente" (Bauman, 2010, pág. 176). Por ello, la identidad también se convierte en terreno de experimentación continua e imparable, que será más explorada y explotada por aquellos/ as que cuenten con una mayor disponibilidad económica para poner a su alcance todos aquellos recursos necesarios para elaborar una identidad alternativa. Por tanto, no se considera un factor inmutable sino que se plantea como un proceso que expresa la desigualdad social y se desarrolla a lo largo del tiempo. Es así como se plantea el dilema sobre qué identidades alternativas seleccionar entre la amplia oferta y cuánto tiempo mantener aquella que resulte finalmente seleccionada.

En este marco, Giddens (1995), subrayando la centralidad de la elección en la conformación del yo, propone que, debido a la ausencia de orientación en cuanto a qué opciones de las ofertadas elegir, emanan determinadas consecuencias, entre las que se encuentra la primacía del estilo de vida. Este último se define como un conjunto de prácticas integradas que la persona adopta, no solo para satisfacer una serie de necesidades, sino que en sí desempeñan una función importante en la conformación de la identidad del yo al proporcionarla una forma material. Así, esas elecciones que implica un determinado estilo de vida no son meras decisiones en cuanto a cómo actuar sino a quién ser. De hecho, "cuanto más postradicionales sean las circunstancias en que se mueva el individuo, más afectará el estilo de vida al núcleo mismo de la identidad del yo, a su hacerse y rehacerse" (Giddens, 1995, pág. 106), debido, entre otros factores, a la gran diversidad de ámbitos sociales de acción.

Además, este autor añade que la modernidad destaca por su dinamismo, el cual se consigue a través de una serie de elementos; entre ellos, la separación entre tiempo y espacio, los cuales, en etapas premodernas se vinculaban a través del anclaje en un lugar. Así, debido a la separación espacio-temporal, el yo y la sociedad se encontrarían interrelacionados como nunca antes. Ese carácter dinámico de la modernidad se ve

ampliamente influenciado por el desanclaje de las instituciones sociales, para el que resulta fundamental dicho vaciamiento del tiempo y del espacio. Este desanclaje se ejecuta a través de señales simbólicas y sistemas expertos. La transformación del tiempo y del espacio, unida a los mecanismos de desanclaje, permite una mayor independencia frente a preceptos y prácticas establecidas. De esta forma, tendría lugar el tercer elemento imprescindible para dicho dinamismo: la reflexividad generalizada, la cual consiste en "que la mayoría de los aspectos de la actividad social y de las relaciones materiales con la naturaleza están sometidos a revisión continua a la luz de nuevas informaciones o conocimientos." (Giddens, 1995, pág. 33). Desde este enfoque, que presenta paralelismos con la propuesta del interaccionismo simbólico, se sostiene que tal reflexividad se extiende al propio yo, de modo que este último en una modernidad postradicional se tornaría un proyecto reflejo. Así, la identidad implica conciencia refleja, esto es, que el individuo sea consciente de su propio yo. Además, esa reflexividad del yo es continua y generalizada. De este modo, la identidad se construye a través de la superación de una serie de procesos de autoexploración vinculados entre sí y a través del desarrollo de la intimidad con el otro. Esto es, no se encuentra en el comportamiento ni tampoco en las reacciones de los demás sino en la capacidad del individuo para elaborar una crónica sobre sí mismo. De este modo, la persona debe ser capaz de incorporar a la historia continua del yo sucesos que tienen lugar en el mundo exterior. Por tanto, para que el sujeto desarrolle una verdadera conciencia sobre quién es, resulta necesario que tenga una idea sobre cómo ha llegado a ser y de dónde viene.

Otra cuestión que destaca de este planteamiento es que el cuerpo también se socializa y que forma parte de la organización de la vida social. Así:

> el cuerpo no es sólo una entidad física que <poseemos>: es un sistema de acción, un modo de práctica, y su especial implicación en las interacciones de la vida cotidiana es parte esencial del mantenimiento de un sentido coherente de la identidad del yo. (Giddens, 1995 pág. 128)

Por eso, el control y/o vigilancia sobre el cuerpo, en sintonía con lo que planteaba Goffman, es imprescindible para el desarrollo de la actuación en la cotidianeidad. De hecho, es parte de la naturaleza de la propia actuación y del ser aceptable para las/os otras/os. Así, las apariencias normales se consideran actitudes corporales controladas. Y las formas de vestir se definen como elementos simbólicos que permiten dotar de forma externa a la crónica del yo, y así interpretar acciones. También, se destaca el porte, conceptualizado como aquellas formas de actuar con el cuerpo que desarrollan los individuos en la cotidianeidad de acuerdo a las convenciones sociales, es decir,

cómo utilizan su apariencia. De modo que, con el advenimiento de la modernidad más tardía, se aprecia que tanto la apariencia y porte corporales adquieren una especial importancia, en concreto, como elemento fundamental del proyecto reflejo del yo como medio de individualización. “El mantenimiento de constantes en el porte a través de situaciones variadas de interacción es uno de los principales medios con que se preserva de ordinario la coherencia de la identidad del yo.” (Giddens, 1995 pág. 129)

El cuerpo, por tanto, se enfoca como sistema de acción y no como mero objeto pasivo; así como afectado por la reflexividad del yo. De hecho, se evidencia que “la observación de los procesos corporales (<¿Cómo respiro?>) es inherente a la atención refleja continua que el agente se ve instado a prestar a su comportamiento.” (Giddens, 1995 pág. 101) Los sujetos son responsables del diseño de sus cuerpos, especialmente cuanto más postradicionales son los entornos sociales en los que estos se desarrollan, pues la planificación de la vida, en cuanto a elección de estilos de vida se refiere, se integra en los regímenes corporales. Así, el cuerpo, por tanto, al igual que sucede con el yo, no podría considerarse como algo fijo e inmutable en cuanto a una entidad fisiológica ni respondería a esencialismos como ocurría en etapas premodernas y en la modernidad más temprana; en cambio, también se vería implicado en la reflexividad que caracteriza a la modernidad más reciente. Por tanto, en la contemporaneidad lo que se conceptualizaba como la sede del yo comienza a ser invadido por sistemas abstractos que han posibilitado la alteración de los límites del cuerpo, el cual se ha convertido en un espacio de “interacción, apropiación y reapropiación, que enlaza procesos reflejamente organizados y conocimiento experto sistemáticamente ordenado.” (Giddens, 1995, pág. 275). En ese marco, incluso la identidad de género y su expresión pueden llegar a plantearse en términos de múltiples opciones.

Por tanto, del enfoque de Giddens también se extrae que la conformación del yo en la modernidad más tardía se concreta en un proceso de configuración continuo que se desarrolla “sobre el trasfondo de las experiencias cambiantes de la vida diaria y de las tendencias fragmentadoras de las instituciones modernas.” (1995, pág. 236). Sin embargo, a diferencia del planteamiento de Bauman, se sostiene que esta diversidad contextual no tendría como efecto la fragmentación del yo sino que podría provocar más bien una integración. Así, “una persona puede aprovecharse de la diversidad para crear una identidad propia específica que incorpore de manera favorable elementos de diferentes ámbitos en una crónica integrada.” (Giddens, 1995, pág. 242) Por tanto, según este autor, es posible un reanclaje del agente a partir de un trabajo autorreferencial que se consigue mediante el desarrollo y potencia de la reflexividad del

individuo que le permite construir un proyecto de vida ante una infinidad de opciones de futuro.

Por su parte, Gergen (1992) plantea que el aumento de la cantidad y variedad de las relaciones sociales en las que las personas se ven inmersas continuamente, así como la frecuencia con la que estas se establecen y su duración, y la intensidad que se expresa en cada uno de estos encuentros sociales provocaría al individuo una saturación social. Su origen se sitúa en el desarrollo de las nuevas tecnologías y de la hiperconectividad que estas promulgan, lo cual llevado al extremo tendría como consecuencia dicha saturación. Las personas al verse inmersas en una interacción social de forma constante, se encontrarían constantemente reajustando su identidad personal, ya que no siempre los discursos que las interpelan concuerdan con los propios, lo que provoca un constante cuestionamiento del propio yo. Por ello, los individuos se ven abocados a adoptar una amplia variedad de roles. Esto es lo que se define como la colonización del yo, pues los individuos se ven instigados a aprovechar las múltiples y variadas posibilidades que las tecnologías de la saturación social les ofrecen en cuanto a ser. De ahí, que ese supuesto yo verdadero, auténtico y singular, tan proclamado desde la perspectiva esencialista de la visión romántica y modernista, se desdibuja a medida que el individuo refleja una unión de identidades parciales a causa de la saturación social. Este nuevo yo cada vez se aleja más del yo autónomo e independiente tan proclamado desde esas antiguas visiones, en donde los valores individualistas proyectados desde el enfoque de la racionalidad e intencionalidad como ejes centrales del individuo se situaban como guía, pues se subraya una concepción del yo mucho más relacional en donde se refleja su interdependencia social. Tanto es así que se plantean como predecesoras del yo a las relaciones sociales, pues se destaca la importancia del lenguaje en la construcción del yo, ya que es a través de las palabras como este se caracteriza. El sentido de las palabras se extrae a su vez de los consensos que tienen lugar en el intercambio social, es decir, sin relación no hay lenguaje. De esta forma, se deja a un lado la importancia del yo e incluso del tú, para dar paso a la realidad relacional, es decir, al nosotros.

El énfasis de la dimensión relacional también se realiza desde otros planteamientos como el de Axel Honneth (2006). Específicamente, este teórico destaca la influencia del reconocimiento de los/as otros/as durante la interacción social en la conformación del valor individual. Así, el valor social se establecería continuamente en las relaciones interpersonales y a través de ellas. Para Honneth, el reconocimiento supone un proceso social continuo en el que las personas consolidan la percepción positiva que poseen sobre sí mismas, pues la autoestima y/o valor individual se subordina a la posibilidad de

ser reforzada constantemente por los demás. De modo que el reconocimiento implica aceptar y reforzar las posturas de los/as otros/as. (Illouz, 2012)

La multiplicidad de relaciones sociales en las que el sujeto se ve inmerso, desconectadas e incoherentes, provocan una fragmentación del propio yo. Es decir, la revulsión posmoderna impulsada por la saturación social fruto de la hiperconectividad genera una experiencia de cuestionamiento o variación en el individuo, que contrasta con un sentimiento de coherencia que hasta ese momento poseía en lo que a su identidad se refiere, pues se ve impulsado de forma constante por motivaciones totalmente contradictorias. Esta experiencia de contradicción funciona como signo de la colonización del yo. Este último aspecto encaminaría al sujeto hacia lo que se ha conceptualizado como multifrenia que hace referencia a "la escisión del individuo en una multiplicidad de investiduras de su yo" (Gergen, 1992, pág.129), lo cual genera en el individuo una sensación de inseguridad y duda en cuanto a los contenidos de la propia identidad.

De modo que, "la saturación social nos proporciona una multiplicidad de lenguajes del yo incoherentes y desvinculados entre sí. Para cada cosa que <sabemos con certeza> sobre nosotros mismos, se levantan resonancias que dudan y hasta se burlan" (Gergen, 1992, pág. 25). Por ello, podría señalarse que las identidades de la posmodernidad presentan una mayor complejidad. No obstante, Gergen (1992) puntualiza que, en sí, lo que la posmodernidad aporta en cuanto a la concepción del yo es el cuestionamiento de la idea de la esencia personal, más que añadir nuevos rasgos o identidades sociales que explorar. De hecho, problematiza esa propuesta de una supuesta esencia básica del individuo proveniente de la modernidad, que se presentaba como indicador de salud mental y, por tanto, suponía valoraciones en cuanto a la consideración de la persona como sana o insana.

> En el posmodernismo, las personas existen en un estado de construcción y reconstrucción permanente; es un mundo en el que todo lo que puede ser negociado vale. Cada realidad del yo cede paso al cuestionamiento reflexivo, a la ironía y, en última instancia, al ensayo de alguna otra realidad a modo de juego. Ya no hay ningún eje que nos sostenga. (Gergen, 1992, pág. 26)

Por tanto, la revulsión posmoderna pone precisamente en cuestionamiento, con su conciencia de la dimensión construida de la realidad, esa "concepción tradicional de la identidad como algo establecido por una continuidad a lo largo del tiempo" (Gergen, 1992, pág. 228). Se desdibuja la propia categoría de persona individual, así como las categorías sociales empleadas para definir al individuo, pues desaparecen también las

fronteras que las limitan al combinarse y refundirse todo. Ese yo verdadero daría paso a lo que se ha conceptualizado como la personalidad de tipo pastiche. Así, al desaparecer esa concepción de identidad estable, se debilita la estratificación de la sociedad y, en última instancia, la personalidad como categoría discriminante se desvanece, pues los límites para establecer lo que es una persona se vuelven difusos. También sería interesante tener en cuenta la dimensión cultural, pues la concepción del individuo en otras culturas dista mucho de la que se lleva a cabo desde Occidente. Sin embargo, una de las condiciones indispensables para el mantenimiento de una sociedad estructurada de forma sólida es la existencia de identidades estables, es decir, estabilizadas en el tiempo. Por eso, será la propia sociedad estructurada la que promueva la conformación de identidades estables con el objetivo de que permanezca su estructura social.

1.2.2. La identidad como práctica discursiva

Otras propuestas que cuestionan la idea de la identidad como una entidad estable son aquellas en las que se la conceptualiza como práctica discursiva. Estas resultan especialmente interesantes para este trabajo por su ensalzamiento de la dimensión dialógica y lingüística en su conformación y/o construcción.

Entre ellas, se encuentra la teoría de la construcción de la identidad del sujeto moderno de Charles Taylor, la cual pone de manifiesto que, en el proceso de construcción de la identidad, es importante la influencia que tiene tanto el contexto socio-cultural donde se desenvuelve el sujeto como el lingüístico, a partir del cual este mismo va a narrar quién es. Así, para Taylor (1985):

> El lenguaje es el elemento fundamental de la identidad como construcción social, ya que es por el lenguaje que somos inteligibles ante nosotros mismos y ante los demás. El lenguaje (…) le da sentido o significado a la vida que vivimos a través de la narración que hacemos para definirnos a nosotros mismos y para el reclamo de reconocimiento de los demás. (Zárate, 2015, pág 129).

En este sentido, el sujeto va a percibir la realidad que está a su alrededor y la va a narrar desde la postura de la identidad que lo conforma y lo identifica como individuo. Por tanto, en ese proceso de configuración, el sujeto no solo conforma su forma de ser sino también su forma de pensar. A través de este enfoque también se destaca la importancia del contexto por encima de la elección personal de cada individuo, pues se considera que el individuo “no decide o no elige las fuentes de su identidad, sino que la construye a partir de la relación social y política con los otros significantes”. (Zárate, 2015, pág 118)

Posturas detractoras como la de Amartya Sen, consideran que, a partir de esta teoría, se deja desprovisto al individuo de cualquier tipo de capacidad o libertad de elección en cuanto a las identificaciones que el sujeto desee poseer, pues se plantea que la identidad del sujeto surge de la comunidad y que, por tanto, este proceso sería más bien una cuestión de realización que de elección. Así, la identidad entonces dependería de los otros individuos y no sería elegida por el propio sujeto, lo que llevaría al individuo a encasillarse. De este modo, se llegaría a una homogeneidad en cuanto a identidades que no se correspondería con la diversidad que prima en la comunidad. Se considera que esto supone privar al individuo de la posibilidad de elegir aquellas identificaciones que quiere o no adscribirse, además de impedir la existencia de una diversidad para ser o de la confluencia de diversas identidades en una misma identidad. Asimismo, esto supondría cuestionar la capacidad crítica que pueda desarrollar el sujeto hacia esa comunidad que le precede. Desde este enfoque, la identidad es "solo el resultado de la libertad de elegir y de la razón del sujeto" (Zárate, 2015, pág.118). Por tanto, el proceso de construcción de la identidad no consistiría en un proceso de descubrimiento del yo, a partir del reconocimiento del individuo como parte de la comunidad a la que pertenece, sino en un proceso racional de elección y crítica hacia la propia comunidad. La identidad solo pertenecería al individuo. Se sostiene que solo así se tendría en cuenta la multiplicidad y diversidad de interacciones sociales que tienen los individuos de forma cotidiana, las cuales les hacen adscribirse a diferentes grupos sociales. Cada individuo tendría la suficiente agencia como para adherirse a algunos o desprenderse de otros. No obstante, se defiende "que no es posible elegir cualquier identidad, sino elegir entre identidades alternativas posibles, o dar prioridad a alguna de las identificaciones ante situaciones o circunstancias dadas" (Zárate, 2015, pág.126). Sin embargo, en ningún caso, esto impediría la capacidad de elección de la persona, pues se sostiene que la identidad en cuanto a elección nunca es definitiva y que la elección en sí se encuentra autodeterminada.

Teniendo en cuenta esta última perspectiva acerca de la elección del individuo, es importante retomar cuestiones como la discriminación social y su relación con la jerarquía social. Si todo se asume como fruto de la elección individual del individuo se invisibiliza la estructura social jerárquica que impera en todo orden social y que influye en los procesos identitarios. Es de hecho esa jerarquía la que posibilita que la discriminación social de ciertos individuos por pertenecer a determinados grupos sociales tenga cabida. Por tanto, es importante evidenciar que no todo puede reducirse a la libertad de elección y agencia del sujeto pues los individuos forman parte de un

orden social estratificado que los atraviesa en cuanto sujetos, sine qua non la discriminación social no tendría razón de ser.

Así y volviendo a la propuesta de Taylor, la conformación o construcción de la identidad no podría enfocarse como un simple proceso de autoafirmación y de autodeterminación del sujeto, como han sostenido teóricos de la filosofía teórica liberal como John Locke y John Rawls. En cambio, se trataría de profundizar, por un lado, en la inquietud e incertidumbre que presentan los individuos por saber quiénes son, así como en su cuestionamiento acerca de qué es el ser humano. La pregunta sobre quiénes son los seres humanos interpela al sujeto, mientras que la pregunta sobre qué es el ser humano tiene una dimensión ontológica, que plantea la existencia de una naturaleza humana. Por tanto, hablamos de una dimensión ontológica y otra socio-cultural. La dimensión ontológica considera que los seres humanos se distinguen del resto por su capacidad para autointerpretarse. Por su parte, la base socio-cultural se centra en la importancia de los otros y de aquellos elementos que participan de la interacción social en la conformación de las identidades. Serían las referencias culturales las que otorgan inteligibilidad a aquello que somos y a quienes somos. Por eso, es evidente la influencia de la dimensión lingüística en la articulación de ambas dimensiones tanto ontológica como socio-cultural. De esta propuesta de Taylor, por tanto, se desprende que la identidad haría referencia a un proceso de realización de la propia persona a partir de la comunidad socio-cultural a la que pertenece. Así, el descubrimiento de la propia identidad emana de dicha comunidad. Es decir, consiste en una autorrealización de la persona a partir de la interacción con los otros y dentro de un contexto socio-cultural mediado por el lenguaje que es el que aportará significado a esa identidad personal.

> Esta construcción social de la identidad consiste entonces en una relación negociada con el entorno social, en libertad y voluntariamente, pero no de manera autodeterminada, sino en coparticipación con los otros en la conformación de lo que somos, es decir, de nuestra propia identidad y de nuestra historia. (Zárate, 2015, pág. 127)

Por tanto, el reconocimiento de los otros se evidencia como elemento fundamental para la conformación de la identidad, considerándolo como fuente de la misma. Por eso, podría definirse entonces la identidad como un constante ímpetu por conseguir el reconocimiento y aceptación social por parte del entorno social en el que el sujeto interacciona. Así la interpretación de uno mismo (autointerpretación) también surge o se fundamenta en la comunidad lingüística y simbólica, puesto que esta otorga al individuo una serie de referencias significativas a través de las cuales se interpreta y se

narra. De esta forma, la persona consigue ser inteligible para sí mismo y para los demás, permitiendo que estos últimos le reconozcan como tal y configurando así su propia identidad.

No obstante, el hecho de considerar la identidad personal como una construcción social, o de negar que exista una esencia interior individual, no implica "la imposibilidad de que los individuos se reconozcan en unos determinados relatos identitarios, en unos significantes y significados concretos" (Revilla, 2003, pág. 57).

En cualquier caso, esta perspectiva enfatiza el carácter dialógico, intersubjetivo o construido de la realidad social. Además, es muy interesante cómo frente a la visión de las categorías sociales como elementos que son inalterables y que se encuentran ya preconstituidos en la mente de los individuos, se pone de manifiesto cómo son construidos o surgen a partir de la interacción social.

En ese marco, Jonathan Potter sostiene que incluso aquello que se menciona como construcción social termina siendo una construcción lingüística. Así, el sujeto, la subjetividad, es decir, la construcción del *self*, es producto del discurso y en última instancia del texto. Se enfatiza el principio de variabilidad de los discursos y de los individuos que presentan actitudes, porque al hablar se construyen y reconstruyen dichas actitudes. Es decir, se subraya la performatividad del discurso. A través de esta propuesta se plantea que todo aquello que está a nuestro alrededor no existe como tal, sino que existe en el modo en que los sujetos lo hablan, lo narran o lo escriben. Todo es producto del habla y de la escritura, hasta el propio individuo. Así, "l'identité n'est pas véritablement une propriété du sujet, mais qu'elle est construite en interaction discursive avec les autres." (Serrano Pascual, 1997, pág. 108)[4]. Sin embargo, esta perspectiva constructivista desde el punto de vista dialógico y lingüístico presenta ciertas contradicciones pues al final, incluso los intereses que achaca a los individuos, también serían entonces producto del discurso. Por tanto, este modelo teórico quizás es solo útil, siempre y cuando se aleje de cualquier tipo de situacionismo. (Alonso y Callejo, 1999)

Dentro de este enfoque, también es interesante mencionar la propuesta de Ricoeur (1996), que defiende una teoría narrativa de la identidad y, tal y como recogen Escobar, Montes y Sánchez Sierra (2014), toma como referencia en su modelo explicativo la diferenciación entre la identidad como mismidad y como ipseidad.

[4] La identidad no es verdaderamente una propiedad del sujeto, sino que se construye en la interacción discursiva con otros.

> La primera es la parte no reflexiva de la identidad, el carácter o rasgos concretos del sujeto que permiten identificarle como el mismo, mientras que la ipseidad es la parte reflexiva de la identidad, el relato mantenido por el sujeto frente al otro. (Escobar, Montes y Sánchez-Sierra, 2014, pág. 963)

La identidad narrativa se encontraría en un punto intermedio entre esa mismidad e ipseidad y mediando entre ellas. Se aprecia que el carácter de la identidad, desde este enfoque narrativo, no es estable, pues se debate entre el carácter estable que promulga la narración y la mutabilidad de las circunstancias y de las condiciones contextuales donde se desarrolla la parte reflexiva de la identidad. De esta forma, y fruto de dicha inestabilidad, el individuo desempeña la función de narrador y sujeto de la acción narrada, provocando que, de esa identidad que se crea con la narración de una determinada historia, surja la identidad personal narrativa del individuo.

1.2.3. La identidad como posicionamiento discursivo.

Por último, otra teoría importante a tener en cuenta es la del posicionamiento discursivo de Davies y Harré (1990), que se fundamenta en el concepto foucaultiano de posicionamiento subjetivo. Se define al posicionamiento como aquellas posiciones que toman las personas en un determinado intercambio comunicativo con respecto al discurso según se desenvuelve la conversación, y se considera que el discurso no es un simple reflejo del interior de un individuo. Aquellas unidades lingüísticas que se emplean en la construcción narrativa o discursiva de la propia identidad no poseen un significado estático, sino que este se va conformando en la interacción social, en las prácticas sociales discursivas, y como resultado surge o se construye la propia identidad. Es decir, reafirma lo que proponíamos anteriormente. De este modo:

> La identidad no se conforma a través de la aceptación o adscripción individual a ciertas categorías y grupos sociales predeterminados, sino que esas categorías adquieren su significación identitaria solamente a partir de las relaciones que se establecen entre el individuo y otros actores sociales a través del discurso, y más concretamente, a través de las interacciones comunicativas. (Bozal y Díaz, 2012, pág. 190)

No obstante, el concepto de posicionamiento se desvía de cualquier tipo de determinismo social, pues otorga un espacio importante a la agencia del propio individuo en el proceso de construcción de su propia identidad, ya que subraya que la identidad se construye y negocia en la interacción con los otros, así como que “depende de la posición que el individuo ocupa respecto a otros individuos, una posición que es

producto del discurso y no de roles previamente asignados" (Bozal y Díaz, 2012, pág. 191).

Por tanto, tras haber abordado diversas propuestas teóricas acerca de la identidad y su proceso de construcción y/o conformación, se puede concluir que el proceso de producción de la identidad es profundamente complejo, pues implica la confluencia de diversos elementos. Por un lado, se constata que el individuo en ese proceso se ve influido en gran parte por su entorno socio-cultural y lingüístico. Así, influenciada por este contexto, la persona construye su propia identidad en la interacción social, es decir, en el establecimiento de vínculos con otras personas. Se reafirma entonces que la dimensión lingüística cobra especial importancia en su conformación, pues es a partir del relato que se hace de uno mismo, así como de aquello que forma parte de su entorno social, como el individuo construye su propio autoconcepto. Esta narración de sí mismo, al igual que la definición de lo que se encuentra a su alrededor, es construida en la negociación que acontece en la interacción social con los otros individuos. Es decir, la identidad no solo depende de que el individuo sea capaz de autointerpretarse, sino también de que los demás sean capaces de interpretar lo que es, de identificarlo y reconocerlo. Así, se cuestiona un concepto de identidad personal como una esencia que se llega a conocer a través de un trabajo de introspección; en contraposición, se defiende su conceptualización como un intercambio dialógico, intersubjetivo y simbólico entre el individuo y las otras personas que funcionan como referentes para el mismo.

Asimismo, se pone de manifiesto que la identidad no es una entidad estática, sino que se encuentra en continuo proceso de conformación. Esta se va construyendo a lo largo de la vida del individuo, de ahí que no sea algo permanente sino que transiciona, dependiendo del contexto sociocultural del individuo, que también irá cambiando a lo largo de su vida. Atrás quedaría el enfoque romántico y moderno en donde se concebía la identidad como una unidad permanente y se apelaba a la unicidad del ser, a la mismidad. La identidad, por tanto, surge como resultado de lo que las personas dicen, esperan y hacen en sus prácticas sociales diarias y no hace referencia tampoco a un concepto rígido ni a una entidad abstracta o puramente psicológica. Se trata de privilegiar el movimiento y las relaciones frente a las entidades, en definitiva, enfocar el proceso de configuración de la identidad desde un punto de vista semiótico y pragmático, no ontológico. Así, por consiguiente:

> En la medida en que el sujeto moderno que era considerado como fundamento ya no es tal, quedan abiertos los procesos de constitución de órdenes sociales y de producción de subjetividades, ya no como expresión de fundamentos últimos

> sino como proceso conflictivo y político en un campo marcado por la ausencia de necesidades últimas. (López y Enrique, 2004, pág. 11)

En este sentido, corresponde al individuo la responsabilidad de dotar a la identidad de una cierta continuidad, pues solo así esta obtendrá un significado que reduzca la incertidumbre que pueda inducir en el individuo la cuestión acerca de quién es, así como a aquellos que lo rodeen e intenten comprender todo aquello que les rodea. No obstante, tal como señala Dubar (2002), es importante puntualizar que la unidad y continuidad de la identidad "no se adquieren nunca, sino que constituyen tipos espacio-temporales virtuales, formas simbólicas más o menos discernibles" (Escobar, Revilla y Sánchez-Sierra, 2018, pág.2).

Por otro lado, también se concluye que la identidad misma es múltiple, debido a la multiplicidad de relaciones interpersonales que establece el sujeto. El sentido de identidad dependerá del contexto social del individuo, el cual le permitirá considerar en qué situaciones debe asimilarse o diferenciarse de sus iguales para confirmar, reforzar o configurar su identidad. Asimismo, se confirma la importancia de la dimensión agencial en cuanto a la gestión y negociación de las imágenes que los individuos tratan de proyectar sobre sí mismos en el desarrollo de las relaciones interpersonales, tal como enfatizaba Goffman. Por tanto, se evidencia que los procesos de configuración de las identidades se articulan en torno a tres dimensiones fundamentales: reflexividad, agencia e intersubjetividad.

Sin embargo, es importante también puntualizar que, aunque el abandono de la noción de sujeto como entidad racional y fundamento trascendental de la acción no suponga la inexistencia del ser ni tampoco, por tanto, la imposibilidad de la acción, sino su reformulación, no sería apropiado transitar hacia un reforzamiento de identidades y subjetividades. Tal como López y Enrique (2004) plantean, las propuestas ahora posibles para enfocar al sujeto y su acción ya no solo pasan por problematizar al sujeto sino también a la acción en sí misma y a la propia capacidad de actuar.

También, con las cuestiones planteadas, se ha puesto de manifiesto la existencia de una relación de poder tras la construcción hegemónica de la definición adscrita a determinadas categorías sociales que constituyen, después, identidades sociales. Se refleja, así, la dimensión jerárquica del orden social que posibilita a determinados grupos sociales con mayor poder en la escala social definirse no solo a sí mismos sino también a otros grupos, imponiendo esa definición en toda la estructura social y otorgando, en consecuencia, una posición inferior a grupos que ocupan una posición subsidiaria en la estructura social. Por tanto, esta estructura jerarquizada, que se construye socialmente,

se encuentra profundamente vinculada a la desigualdad y discriminación que sufren las personas que pertenecen a esos grupos sociales definidos externamente y desde una subalternidad. Es en este sentido, en donde la agencia del individuo cobra sentido pues este tratará de negociar e incluso resignificar, en la interacción social donde tiene lugar la construcción de las identidades, su propia identidad. Por tanto, es importante recalcar que la opresión o subordinación que esos individuos experimentan no deriva entonces, en sí misma, de la categoría social a la que pertenecen o de aquella identidad social que poseen sino, más bien, de la conceptualización y valoración que ha sido llevada a cabo de esa categoría o grupo social, en una relación de asimetría de poder. Así, la subordinación que las mujeres experimentan en la sociedad no deriva en sí de su pertenencia a la categoría social "mujeres" y/o al género femenino sino de la visión androcéntrica desde la que se ha construido dicha categoría social y/o se conceptualiza su propia identidad social.

Por tanto, podría señalarse, que lo que se tiene por certero, lo que se afirma como realidad, ya sea en tanto al individuo como al entorno en el que este se desarrolla, es fruto de la producción cultural de cada época y, por consiguiente, es algo que evoluciona y cambia a lo largo del tiempo.

2. Identidades de género

Como se ha mencionado anteriormente, categorías sociales como la de género son constructos simbólicos socio-culturales e históricos. En este caso concreto, se emplea la categoría social de género para hacer referencia a la organización social de las relaciones desiguales entre los diferentes sexos. Una de esas identidades sociales que ocupan una posición de subsidiaridad deficitaria, en tanto que han sido definidas como alteridad desde una concepción androcéntrica, ha sido la identidad femenina, es decir, aquella que surge de la asignación y designación social de las mujeres como integrantes de la categoría social de género femenino.

El origen lingüístico del concepto analítico de género se sitúa en la traducción literal de la palabra inglesa *gender*. Es interesante señalar el origen para reconocer después sus evoluciones epistemológicas posteriores. Se comienza a usar en la psicología y sexología de EEUU, aproximadamente en torno a los años 1950s, cuando se produce una transformación de forma progresiva en la postura teórica de ambas disciplinas en relación a la transexualidad e intersexualidad. Así, se comenzó a emplear para distinguir el sexo social asignado del sexo anatómico, con el objetivo de resolver las dificultades terminológicas y conceptuales que se planteaban cuando el sexo biológico de las personas era ambiguo o cuando no coincidía con su identidad sexual deseada o su

orientación sexual. (Stolcke, 2004). Se señala al psiquiatra norteamericano, John Money (1955), como uno de los primeros en utilizar el concepto de género para referirse a la identidad psicosexual de una persona. En este sentido, se apunta que "Kate Millett y Germaine Greer, ambas estudiosas de literatura inglesa, parecen haber sido las primeras en emplear la noción psicoanalítica de género social en sus críticas políticas de las doctrinas bio-ideológicas occidentales acerca de la subordinación de las mujeres." (Stolcke, 2004, pág. 85). Ambas autoras feministas emplearon como fuente para introducir el término *gender* a la obra del psicoanalista estadounidense Robert Stoller, titulada *Sex and Gender* (1968). Esta última supone el comienzo de los debates de carácter terminológico y filosófico acerca del concepto de género que aún permanecen abiertos dentro del pensamiento feminista.

En cualquier caso, este concepto analítico permitió y posibilita tomar distancia con respecto a aquellas posturas esencialistas y biologicistas que insistían e insisten en considerar la identidad femenina o masculina como una esencia o como producto de la naturaleza, las cuales redundan en un cierto determinismo y estatismo. En contraposición, se plantea que la anatomía sexual no determina ni las conductas, ni el pensamiento, ni los sentimientos de las personas. A lo largo del tiempo se ha tratado de teorizar y analizar exhaustivamente la noción del género y como resultado han sido muchas las propuestas teóricas que se han desarrollado. Este trabajo pretende abordar algunas de ellas, agrupándolas en función de las dimensiones que más enfatizan.

2.1. El género como construcción intersubjetiva permanente y/o inacabada.

Desde diferentes enfoques teóricos se subraya la naturaleza procesual del género. Se enfatiza que "el género es un asunto de aprendizaje y <trabajo> continuado, más que una simple extensión de la diferencia sexual biológicamente dada." (Giddens, 1995, pág. 85)

Tal como se mencionaba antes, categorías sociales como la de género conforman en sí mismas identidades sociales que son asignadas a las personas desde el momento de aparición de las mismas en el orden social. No obstante, es a lo largo de un proceso constructivo, dilatado en el tiempo y organizado por la interacción social con el entorno y medio socio-cultural en el que las personas se desenvuelven, donde los propios sujetos participan al mismo tiempo de forma activa interpretando, resignificando e incluso negociando los aspectos simbólicos de la cultura a través del discurso. Como resultado de esta interpretación en la interacción social, tiene lugar la constitución o la adopción de la identidad. Esto es, la conformación de la identidad no tiene lugar por la simple adscripción individual de una persona a ciertas categorías sociales, sino que es

en la interacción social, en donde la persona interactúa con otros actores sociales mediante el discurso, donde estas categorías adquieren una significación identitaria. La identidad de género, como sucede con el proceso de construcción de la identidad social, no es algo estático, sino que es fruto de un continuo proceso de construcción y reconstrucción a partir de la interacción social con los demás, en el que, tal como exponía Giddens (1995), cobra especial importancia el control continuado, la exhibición y manejo del cuerpo y sus ademanes.

Así, "le genre renvoie aux processus par lesquels une personne ne devient femme ou homme qu'au gré d'une dynamique d'intériorisation des comportements et modes de pensée prétendument inhérents à son sexe de naissance[5]" (Froideaux-Metterie, 2018, pág. 19). Estos procesos se concretan en una socialización diferenciada que surge de las diferentes normas elaboradas por la estructura socio-cultural para cada sexo, las cuales, además de ser diferentes, tienen adscrita una consideración social desigual. En este sentido, se encuentra lo que Gayle Rubin conceptualiza como el sistema de sexo-género, el cual:

> consiste en un conjunto de dispositivos socio-culturales, en particular los sistemas de parentesco forjados por las reglas matrimoniales, que transforman a las hembras y los machos, poseedor@s en la infancia del potencial sexual humano en su totalidad, en "mujeres" y "hombres", dividiéndolos en dos categorías sociales incompletas la una sin el otro. (Stolcke, 2004, pág.90)

Dichos dispositivos socio-culturales se concretan en normas que determinan los roles, estereotipos, espacios, recursos, bienes y derechos para hombres y mujeres. Entre los medios de socialización productores y transmisores de disposiciones de género se encontraría, en primera estancia, la familia, además del sistema educativo, el Estado, los medios de comunicación, la Iglesia, etc.

> Esa asimetría se internaliza en el proceso de adquisición de la identidad de género, que se inicia desde el nacimiento con una socialización diferencial, mediante la que se logra que los individuos adopten su comportamiento y su identidad a los modelos y a las expectativas creadas por la sociedad para los sujetos masculinos o femeninos. (Guil Bozal y Bascón Díaz, 2012, pág.184)

[5] El género se refiere a los procesos por los cuales una persona se convierte en mujer u hombre a través de una dinámica de internalización de conductas y modos de pensamiento supuestamente inherentes a su sexo de nacimiento.

De este modo, podría teorizarse el género como propiedad del individuo, pues las personas, de forma individual, acaban interiorizando y haciendo suyo el discurso construido socialmente, asumiendo que el género es una categoría dicotómica y que reside en el interior de uno/a mismo/a.

Por ello, es importante considerar que la identidad de género supone un continuo de formas simbólicas y prácticas interiorizadas que conforman también la forma de ver y actuar en el mundo que desarrollan hombres y mujeres, así como de situarse o posicionarse en relación a sí mismos y a su propio cuerpo (Jiménez 2012). Cada sociedad despliega unas estrategias de control para que los patrones diferenciales en cuanto a ser se cumplan, de modo que su transgresión puede conllevar costes emocionales y sociales.

Por tanto, la identidad no está designada solo por unas diferencias bio-fisiológicas, sino que es el género, como constructo sociocultural, el que da sentido a la construcción diferencial de las identidades, de los roles y espacios y, por tanto, a la distribución desigual de oportunidades. Se trata, por tanto, de una distribución desigual construida socialmente desde una concepción patriarcal androcéntrica basada en una estructuración de la sociedad jerarquizada entre hombres y mujeres. De este modo, lo que se conoce como femenino y masculino es en sí esa identidad diferenciada.

Por tanto, tal como subrayan Crawford y Chaffin (1997), “la categorización sexual no es simplemente una forma de ver diferencias, sino también una forma de crear diferencias” (Guil Bozal y Bascón Díaz, 2012, pág. 187). Y, por ende, de producción de identidades sociales diferenciadas, puesto que estas últimas surgen de la propia categorización social. Retomando el enfoque de Tajfel y Turner, antes detallado, sobre la identidad como categorización social, los procesos de diferenciación y asimilación, inherentes a la adscripción a una determinada categoría social y, por tanto, a la incorporación de una identidad social, inducen a identificar más semejanzas de las realmente existentes entre los miembros de una categoría, y más diferencias de las reales entre miembros que pertenecen y/o han sido asignados a distintas categorías. Así pues, al mismo tiempo que se construyen diferencias y semejanzas entre individuos para establecer categorías sociales que posibiliten entender y/o simplificar la realidad, se producen identidades sociales. En este sentido, no todas las culturas representan de la misma manera las diferencias sexuales ni le otorgan la misma importancia social. Atendiendo a esta cuestión, otro enfoque acerca del género que se podría plantear es aquel que enfatiza su dimensión genealógica, centrándose en la importancia y/o consideración social que

se le ha ido otorgando a las diferencias de género sostenidas en unas diferencias sexuales a lo largo de la historia.

En el contexto de la antropología de las mujeres, a mediados de los 1970s, la corriente estructural simbólica, ubica el origen de las desigualdades sociales en unas pautas universales "que organizan la experiencia social, psicológica y cultural humanas como la dicotomía entre cultura y naturaleza o entre la esfera privada y pública y los significados simbólicos de sexo de que éstas son dotadas" (Stolcke, 2004, pág. 83). Así, el proceso de construcción de la identidad de género es un factor de estructuración social que divide la cultura y la sociedad en dos grandes grupos, mujeres y hombres, que se constituyen como entidades diferenciadas a través de la asignación de diferentes perfiles, elementos, etc. promoviendo la (re)producción de diferentes formas de "ser mujer" o "ser hombre". Dicha universalidad ha sido objeto de importantes cuestionamientos, también en el seno del pensamiento antropológico, tal como se aborda más adelante.

Hernando (2012) sostiene que la desvinculación de la razón y la emoción, así como la negación de la importancia de la emoción para la supervivencia del grupo, que se teoriza como la fantasía de la individualidad, constituyen la clave del orden patriarcal y, por ende, de las desigualdades estructurales de género. Esa desvinculación, acompañada de una mayor valoración social de la razón en detrimento de la emoción, se iría acentuando a lo largo de las sociedades cazadoras /recolectoras, alcanzando su punto más álgido en la modernidad. En este momento, una mayor valoración de la razón trajo consigo la conformación de identidades cada vez más individualizadas, como anteriormente se refería, y la minusvaloración de las identidades relacionales, que hasta ese momento se planteaban clave para la supervivencia del grupo. La relación directa que Hernando (2012) plantea entre este hecho y el origen de las desigualdades sociales de género radica en cómo, y debido a una mayor movilidad, los hombres fueron conformando cada vez más identidades individualizadas, mientras que las mujeres mantuvieron identidades relacionales. Así, por tanto, "el concepto de *género* no se refiere a otra cosa que a las *diferencias en el grado de individualización de hombres y mujeres*." (pág. 43).

Sin embargo, otros planteamientos acerca del género enfatizan su dimensión simbólica y social, enfocándolo como una construcción simbólica socio-cultural.

2.2. El género como construcción simbólica socio-cultural

Tal como plantea De Miguel (2015) el género responde a:

> La construcción social de la diferencia sexual entre varones y mujeres. (…) Lo femenino y lo masculino son categorías sociales, y la perspectiva del género invita a investigar cómo se construyen y cómo operan organizacionalmente estas definiciones. Además, se considera que el género es un principio organizativo fundamental de la vida social y de la conciencia humana." (pág. 231)

La consideración social desigual de las categorías femenina y masculina proviene de una relación y designación asimétrica de poder entre ambas categorías sociales, de modo que todo aquello que se lee y/o reconoce como perteneciente al género masculino se encuentra en una posición social superior en la jerarquía, mientras que en el caso del género femenino se sitúa en una posición inferior o de subordinación. Esto se debe a la aplicación de forma automática de un orden físico y social organizado bajo el principio de división androcéntrica (el varón como evidencia, punto de partida), el cual funciona como un mecanismo simbólico que ratifica la dominación masculina en la que se apoya, y que se ha conceptualizado como patriarcado. Este último concepto se desarrolla a su vez para demostrar que "la construcción social de las diferencias fisiológicas está relacionada con la jerarquización de los géneros, jerarquización que es la característica principal de una sociedad patriarcal. Y, en este sentido, puede afirmarse que es el patriarcado el que crea los géneros." (De Miguel, 2015, pág. 231) Esa jerarquización de los géneros desde una perspectiva androcéntrica se materializa en la diferente adjudicación de espacios sociales para cada uno de ellos, con la correspondiente diferenciación y/o jerarquización valorativa de dichos espacios.

Además, la visión androcéntrica se impone como neutra y no precisa una fuente de legitimación (Bourdieu, 2000). Tal como plantea Simone de Beauvoir, la mujer ha sido construida a lo largo de la historia como el segundo sexo, como la otredad del hombre. Esto es, el hombre como norma y medida de todas las cosas, y la mujer como 'la otra' de este. De hecho, él es el sujeto, pues la humanidad es masculina y, por tanto, es el hombre quien define a la mujer, pero no en sí misma sino en relación consigo mismo. Tal ordenación jerárquica patriarcal se impone e instaura en todo el orden social, legitimando así la propia autoridad masculina y su consiguiente dominación femenina (Stolcke, 2004, pág 81).

Estos planteamientos formulados en su mayoría por investigaciones feministas constituyen una corriente de pensamiento cuyos postulados presentan afinidades tanto con el socioconstruccionismo como con lo que se ha definido como la Psicología social crítica, mencionada anteriormente, pues comparten principalmente "la idea de que la realidad, incluso la realidad <científica>, es construida socialmente y de que el poder

desempeña un importante papel en dicha construcción." (Fernández Villanueva, 2003, pág. 224). También, coindicen en su enfoque teórico acerca de la construcción del género pues "se sitúan en un continuo que iría desde la construcción de la naturaleza humana común hasta la formación social de las diferencias de género."(Fernández Villanueva, 2003, pág. 225).

Desde estos enfoques se busca revisar el planteamiento de una masculinidad y feminidad hegemónica, no negando su existencia, sino tratando de huir de la generalización y esencialismo que supone en sí mismo, proponiendo que es importante considerar otras variables socioculturales que históricamente no se han tenido en cuenta y que varían la forma en cómo se identifican genéricamente hombres y mujeres. Se señalan otros criterios de identidad social tales como la edad, condición económica, origen étnico-racial, etc. que se entrelazan con la identidad de género e influyen en las condiciones de vida de la persona.

Por otro lado, y retomando el pensamiento de Rodríguez Menéndez y Peña Calvo (2005), que se ha conceptualizado como un postestructuralismo reconstituido, es importante señalar que se dispone de "unos marcos de posibilidad definidos por la acción social histórica y por las estructuras contextuales, que limitan pero no constriñen, pues en la interacción cotidiana la identidad de género se puede configurar en modos que no son los esperables." (pág. 186). Esto es, la interacción puede permitir la configuración de las normas de género desde otros parámetros diferentes, de modo que la resistencia al papel asignado de género depende del contexto interaccional en el que se desenvuelven las personas. Para ello, se proponen dos conceptos. Por un lado, interacción rutinaria, entendida como "aquella que tiene lugar entre actores sociales concretos en la vida diaria de una sociedad" (Rodríguez Menéndez y Peña Calvo, 2005, pág. 185). Por otro, la acción social histórica definida como "una acción configuradora de las formas de organización social que caracterizan a una sociedad en un momento determinado" (Rodríguez Menéndez y Peña Calvo, 2005, pág. 185). Se trata de incorporar las nociones de resistencia y contradicción frente a esas normas predeterminadas, reconociendo al mismo tiempo la fuerza de los discursos a través de los cuales se transmiten e interiorizan, en el proceso de configuración de la identidad de género.

En ese marco, atendiendo al pensamiento de Elizabeth Duval (2021):

> El individuo no se piensa o se determina mujer y, por ende, como consecuencia de su decisión de serlo o de su autodeterminación, resulta ser una mujer: es mujer porque su identificación imaginaria se ha desarrollado de tal manera,

> incluso a pesar del individuo; y lo es, también, porque exteriormente, y sobre la base de una relacionalidad, se le ha construido como tal: se ha elaborado una sujeción … que hace, precisamente, del individuo un sujeto constituido, sometido a una serie de determinaciones que construyen su subjetividad (Duval, 2021, pág. 39).

Es decir, se evidencia la importancia del/a otro/a en la construcción de las identidades de género, pues la interacción y relacionalidad, tal como antes se resaltaba, se constituyen como fundamento de la conformación del sujeto como tal.

Además, este último enfoque sobre el género pone de manifiesto que este responde a un sistema de significación o a una forma de producción y descodificación de signos textuales y visuales regulados políticamente. Se trata de una representación construida socioculturalmente que surge como resultado de la confluencia de las representaciones tanto discursivas como visuales que provienen de las distintas instituciones sociales, tales como la familia y los medios de comunicación, o incluso de otras fuentes como el propio lenguaje, la literatura, etc. Atendiendo a esta visión de la identidad de género como representación construida socioculturalmente es pertinente aludir a una última clasificación del género como práctica iterativa, la cual enfatiza que la identidad de género surge como resultado de la repetición de esa representación sociocultural de forma continuada.

2.3. El género como práctica iterativa.

Dentro de la visión del género como práctica iterativa, es imprescindible resaltar la forma tan extendida en la contemporaneidad de teorizar e investigar el género fundamentada en el concepto del “doing gender”[6].

2.3.1 El género como proceso: Haciendo y/o deshaciendo el género

Esta forma de analizar el género basada en el (des)hacer el género adquiere una gran relevancia para este trabajo debido a la importancia que otorga a la interacción social en el proceso de conformación de las identidades de género. Este enfoque se aleja del tratamiento de hombres y mujeres respectivamente como categorías evidentes en la investigación académica para enfocar el género como práctica social y tiene su origen en el artículo seminal de West y Zimmerman publicado en 1987. En este, ambos autores ponían de manifiesto que:

> When we view gender as an accomplishment, an achieved property of situated conduct, our attention shifts from matters internal to the individual and focuses

[6] Haciendo género

> on interactional and, ultimately, institutional arenas. In one sense, of course, it is individuals who "do" gender. But it is a situated doing, carried out in the virtual or real presence of others who are presumed to be oriented to its production. Rather than as a property of individuals, we conceive of gender as an emergent feature of social situations: both as an outcome of and a rationale for various social arrangements and as a means of legitimating one of the most fundamental divisions of society.[7] (West y Zimmerman, 1987, pág. 126)

Por tanto, se propone que el género no existe a priori sino que se constituye en la situación social. Es decir, se conforma a través de la interacción, pero al mismo tiempo estructura la interacción. De ahí, que la interacción social sea también, como sucede en la primera acepción mencionada, un aspecto clave en esta propuesta teórica, la cual, además, se basa en el interaccionismo simbólico, especialmente en la etnometodología. Sin embargo, en este enfoque se enfatiza que ser categorizado como hombre o mujer requiere de un trabajo de interacción rutinario, recurrente y metódico. De este modo, es el individuo el responsable de "hacer género" y está sometido a una constante evaluación de género.) Esto conlleva su riesgo, ya que nunca se puede dejar de "hacer género" pues es algo que está inscrito en la propia identidad de las personas, así como en las estructuras sociales. En confluencia con algunos enfoques sociológicos en los cuales se conceptualiza el género como rol o exhibición, como sería el caso de Goffman, se sostiene que las personas en la interacción organizan sus diversas actividades para reflejar o expresar el género. Así, se pone de relieve la importancia del trabajo desarrollado en las actividades rutinarias por parte de los individuos para producir o hacer género, de modo que el género no sería un conjunto de rasgos, ni una variable, ni un rol, sino el producto de acciones sociales rutinarias.

De esta propuesta se deducen unas distinciones analíticas entre sexo, categoría sexual y género. El concepto de sexo haría referencia a una "determination made through the application of socially agreed upon biological criteria for classifying persons as females or males[8]." (West and Zimmerman, 1987, pág. 127). Esta determinación social se

[7] Cuando vemos el género como un logro, una propiedad lograda de una conducta situada, nuestra atención se desplaza de los asuntos internos al individuo y se centra en los ámbitos interaccionales y, en última instancia, institucionales. En cierto sentido, por supuesto, son los individuos los que "hacen" el género. Pero es un hacer situado, realizado en presencia virtual o real de otros que se presupone que están orientados a su producción. Más que como una propiedad de los individuos, concebimos el género como una característica emergente de las situaciones sociales: como resultado y fundamento de diversos acuerdos sociales y como un medio para legitimar una de las divisiones más fundamentales de la sociedad.

[8] Determinación realizada mediante la aplicación de criterios biológicos socialmente acordados para clasificar a las personas como mujeres u hombres.

llevaría a cabo en base a la observación de los genitales de las personas en el momento de su nacimiento o bien a partir de una tipificación de los cromosomas efectuada antes del nacimiento, a pesar de que ambos criterios pueden no coincidir. A partir de estos criterios sexuales se establece la pertenencia a una determinada categoría sexual. La categoría de sexo:

> is established and sustained by the socially required identificatory displays that proclaim one's membership in one or the other category. In this sense, one's sex category presumes one's sex and stands as proxy for it in many situations, but sex and sex category can vary independently; that is, it is possible to claim membership in a sex category even when the sex criteria are lacking.[9] (West and Zimmerman, 1987, pág. 127)

Por su parte, el género se entiende como "the activity of managing situated conduct in light of normative conceptions of attitudes and activities appropriate for one's sex category. Gender activities emerge from and bolster claims to membership in a sex category.[10]" (West and Zimmerman, 1987, pág. 127) Esto es, se trataría de aquella actividad de organización rutinaria de las actuaciones y comportamientos de uno/a mismo/a que desarrollan los/as individuos/as de acuerdo a las normas socialmente establecidas para cada categoría sexual, con el objetivo de demostrar la pertenencia a una de ellas. Para ello, acuden a las dinámicas de género aprendidas e interiorizadas desde la más pronta infancia para expresar el género y/o presentarse ante los demás como hombres o mujeres. Por tanto, cuando se hace género las personas ya están categorizadas en función de su sexo.

Con esta propuesta se demuestra la omnipresencia de la categoría sexual en la cotidianeidad, enfatizando su estatus de contexto inmutable que a su vez pasa desapercibido, en el cual se desarrollan las actuaciones rutinarias de la vida diaria. Es decir, se constituye como un criterio fundamental de diferenciación.

> If sex category is omnirelevant (or even approaches being so), then a person engaged in virtually any activity may be held accountable for performance of that activity as a woman or a man, and their incumbency in one or the other sex

[9] se establece y sostiene mediante las manifestaciones identificatorias socialmente requeridas que proclaman la pertenencia de uno a una u otra categoría. En este sentido, la categoría de sexo de uno presupone el sexo de uno y lo representa en muchas situaciones, pero el sexo y la categoría de sexo pueden variar de forma independiente; es decir, es posible reclamar pertenencia a una categoría de sexo incluso cuando faltan los criterios de sexo.

[10] la actividad de gestionar una conducta situada según concepciones normativas de actitudes y actividades apropiadas para la categoría de sexo de cada uno. Las actividades de género surgen y refuerzan las afirmaciones de pertenencia a una categoría sexual.

> category can be used to legitimate or discredit their other activities.[11] (West and Zimmerman, 1987, pág. 136)

Así pues, el género se convierte en un aspecto relevante en cualquier situación social. Por eso, hacer género se convierte en algo inevitable, debido a las consecuencias sociales que conlleva la pertenencia a una determinada categoría sexual, especialmente en relación a la asignación de poder y recursos. El mantenimiento en el tiempo de esa asignación y pertenencia a una determinada categoría sexual requiere una legitimación social. Por tanto, el género solo dejaría de reproducirse si la categoría de género perdiera importancia o relevancia en el orden social.

Este enfoque etnometodológico ha posibilitado el desarrollo de múltiples investigaciones acerca del género, especialmente en relación con el estudio de la cuestión trans. Entre ellas, destaca la de Beatriz Cavia (2017), de la que se desprende que la producción y/o construcción del género como categoría normativa es un proceso desarrollado de forma colectiva en la interacción social.

> La investigación sobre los transexuales desde un punto de vista etnometodológico pone de relieve que el género es una información relevante en la interacción social que se basa en un genital atribuido, que se construye a partir de nuestras formas de ver el género y se asume de acuerdo con la apariencia personal. (…) ser una mujer o un hombre es ser tomado como una mujer o un hombre. Como consecuencia de esta circularidad se presiona a los individuos para que constantemente se vigilen y reflexionen sobre sí mismos con el fin de encajar en las categorías de una identidad de género aceptable. (Cavia, 2017, pág. 178)

De esta forma, se pone de manifiesto no solo la importancia del género en la interacción social cotidiana como categoría social sino la relevancia de su desempeño en público. Es decir, como incide lo normativo en la cotidianeidad para generar cierto orden social.

Teniendo en cuenta este enfoque analítico del género en cuanto a que es algo que se hace y, por tanto, que responde a una práctica social, es importante mencionar una segunda influencia teórica que recibe este enfoque, la cual deviene de la teoría performativa de género de Judith Butler. Se encuadra dentro de lo que se ha

[11] Si la categoría de sexo es omnirrelevante (o incluso se aproxima a serlo), entonces una persona que realiza prácticamente cualquier actividad puede ser considerada responsable del desempeño de esa actividad como mujer o como hombre, y se puede utilizar su pertenencia a una u otra categoría de sexo para legitimar o desacreditar sus otras actividades.

conceptualizado como feminismo postestructuralista, una corriente teórica que recurre y/o se basa principalmente en las propuestas postestructuralistas de Foucault. A través de esta propuesta se sostiene que el género es performativo. El género no es algo fijo, sino que, tal como retoma Medina-Vincent (2021), se conforma "a través de una repetición estilizada de actos de habla." (pág. 274). Así, las personas al hablar están actuando y, por eso, el discurso adquiere también aquí un papel imprescindible. De hecho, se expone la identidad de género como efecto discursivo del marco normativo que impera en la sociedad, así como una forma de mantenimiento de las normas sociales que lo componen. Se sostiene que los sujetos existen como seres humanos si son inteligibles de acuerdo a esas normas sociales de género; por ello, se asocia el género a un deseo de reconocimiento como ser humano.

Con esta propuesta, tanto el sexo como el género se construyen discursivamente en los actos de habla mediante la reproducción de una serie de normas. Así, se desplaza la base ontológica del género, del sexo a los propios discursos sociales y a la reproducción de las normas establecidas. Es decir, el género existe y persiste en tanto esos actos de habla se desarrollan y reproducen. El sexo, que desde otras perspectivas constituye la base material del género, se entiende como una realidad preconfigurada ya dentro de un sistema social fundamentado en la normatividad de género y de matriz heterosexual; por tanto, no puede ser anterior a las normas culturales y sociales de dicho sistema. Tal como subraya Beatriz Cavia (2017), el sexo se entendería como sexo natural o naturaleza sexuada, es decir, anterior al discurso, precisamente por efecto del género. Es decir, la producción de un sexo natural es llevada a cabo por el propio "aparato de construcción cultural designado por el género." (Cavia, 2017, pág. 105). Así, el sexo también se trataría de un constructo social que puede situarse histórica y culturalmente. No obstante, no debiera entenderse este planteamiento como una negación de la materialidad de los cuerpos, sino como una forma de poner de manifiesto que es solo a través de un imaginario social, es decir, a través de las normas y discursos que conforman un sistema social, como se puede hacer referencia y/o hacer pensable la materialidad del cuerpo o al sexo. Por ende, se construye lo que es el cuerpo, al igual que sucede con el género, a través de los discursos sociales. Tal como plantea Mari Luz Esteban (2013), el cuerpo es una materialidad organizada intencionalmente que encarna diversas posibilidades que dependen y/o están condicionadas por convenciones socio-históricas.

Por otro lado, con esta propuesta se revela un aspecto sobre el género especialmente interesante, el cual presenta paralelismos con algunos planteamientos acerca de la identidad ya mencionados, en donde se resaltaba la idea de la identidad como proceso

inacabado, esto es, que se encuentra en constante conformación. Este aspecto subraya, del mismo modo, que el género es algo que se hace constantemente, una actividad incesante que se realiza incluso sin que el individuo por sí mismo quiera. Sin embargo, esto no significa que el género sea algo automático o mecánico, sino que se trata de una práctica que se improvisa dentro de un espacio lleno de constricciones sociales.

> Moreover, one does not "do" one's gender alone. One is always "doing" with or for another, even if the other is only imaginary. What I call my "own" gender appears perhaps at times as something that I author or, indeed, own. But the terms that make up one's own gender are, from the start, outside oneself, beyond oneself in a sociality that has no single author (and that radically contests the notion of authorship itself)[12]. (Butler, 2004, pág.1)

Otra cuestión relevante que abordar es la agencia del sujeto, la cual radica en la capacidad del sujeto para reproducir o no las normas sociales. Esto es, la reproducción de estas normas mediante los actos de habla rutinarios hace posible que las mismas sean subvertidas. Si la repetición de tales normas es la causa de su subsistencia, el cese de su reiteración abre camino a su transformación. Por tanto, es posible deshacer el género, según este enfoque, a partir de posiciones discursivas que cuestionan esas normas, o lo que es lo mismo, la naturalización del binarismo de género. Sin embargo, estas posiciones transformadoras no se encuentran en ningún caso fuera de ese binarismo y, de hecho, siguen su lógica a pesar de que la perturben o desestabilicen por la lectura diferente que ofrecen o impulsan de la misma. De este modo, "gender is the mechanism by which notions of masculine and feminine are produced and naturalized, but gender might very well be the apparatus by which such terms are deconstructed and denaturalized.[13]" (Butler, 2004, pág. 42). El problema surge cuando aquellas personas que no reproducen dichas normas sociales, sino que las subvierten a través de los actos de habla performativos, se convierten en sujetos vulnerables socialmente. No obstante, retomando, de nuevo, a Elizabeth Duval (2021):

[12] Es más, uno no "hace" su género solo. Uno siempre está "haciendo" con o para otro, incluso si el otro es sólo imaginario. Lo que llamo mi "propio" género aparece, quizás, a veces, como algo de mi autoría o, en efecto, de mi propiedad. Pero los términos que componen el propio género están, desde el principio, fuera de uno mismo, más allá de uno mismo, en una socialidad que no tiene un autor único (y que cuestiona radicalmente la noción misma de autoría).

[13] El género es el mecanismo mediante el cual se producen y naturalizan las nociones de masculino y femenino, pero bien podría ser el aparato mediante el cual tales términos se deconstruyen y desnaturalizan.

> la única libertad que tiene el sujeto, en relación con su género, es la de analizar aquello que lo ha constituido y conocer sus determinaciones, pero no posee la libertad de escapar de ellas; incluso la toma de conciencia de que sus determinaciones lo determinan constituye un proceso probablemente predeterminado por toda una serie de circunstancias sociológicas e históricas: el sujeto no tiene la libertad de ser quien quiera ser, sino solamente la libertad de reconocerse y encontrarse, de comprender quién es y, si acaso, aunque no sea la regla, qué lo ha llevado a ser aquello que es. (pág. 41)

En cuanto a la noción de performatividad, esta hace referencia al proceso mediante el cual los sujetos de género se conforman y/o constituyen a partir de unas normas reguladoras que operan dentro de un marco social de matriz heterosexual. Sin embargo, tal como resalta Medina-Vincent (2021), la concepción butleriana de performatividad no puede ser confundida con el concepto de performance, que se asocia generalmente a una representación teatral. La performatividad remite a una serie de situaciones sociales que se mantienen en el tiempo y mediante las que se establecen y solidifican las normas sociales de género Desde esta noción, se insiste en que el sujeto se conforma a lo largo del tiempo, por lo que no se trata de una mera actuación individual, sino que constituye el centro de la transformación social.

Con todo, es necesario remarcar algunas cuestiones sobre lo que supone la teoría de la performatividad de género para el avance de la teoría feminista, tal como Medina-Vincent (2021) señala a través del enfoque de Sonia Reverter- Bañón:

> En primer lugar, revela el potencial que radica en la transformación de los significados construidos por el patriarcado y disfrazados de entidades naturales e inamovibles. En segundo lugar, aleja la teoría del esencialismo del debate e impulsa a la corriente feminista a ir más allá. En tercer lugar, al entender la identidad desde una concepción discursiva, resulta más sencillo comprender cómo las normas hegemónicas y las ideologías construyen las identidades de los sujetos, dando lugar a la creación y permanencia de un sistema como el patriarcado. (pág. 276)

Por tanto, esta teoría permite poner de manifiesto que no existe un género original y que las identidades de las personas como hombres y mujeres toman consistencia por repetición. Esto es, que la pertenencia a un determinado género estaría estrechamente vinculada con lo que se hace, en términos de repetición de determinados rituales de género, especialmente, actos corporales.

Tras lo planteado, tal como sostienen Nentwich y Kelan (2014), ambas propuestas acerca de la teorización del género como práctica social contribuyen a la conceptualización de la identidad de género como una actividad que se desarrolla en la cotidianeidad, aunque mantienen ciertas diferencias entre sí. Principalmente se diferencian en que mientras el enfoque analítico de base etnometodológica se centra en que el género es un aspecto omnipresente que se reproduce en cualquier situación social, el enfoque performativo subraya el carácter fluido y situado del género. De este modo, el enfoque etnometodológico se centraría más en la persistencia de las desigualdades, pues estas se reproducirían constantemente a causa de la omnipresencia del género en todas las situaciones sociales. En cambio, el enfoque butleriano basado en la performatividad enfatizaría la cuestión del cambio. Así, aunque ambas propuestas plantean una subversión del género a través de la noción de hacer y deshacer el género, difieren en su foco de atención. La propuesta etnometodológica se centra en el desafío de la omnipresencia del género en todas las situaciones sociales. Solo cuando la categoría pierda importancia o se desestabilice podrá producirse una subversión del género. Así, no sería tanto la acción individual de hacer de forma diferente el género lo que desafiaría el orden normativo de género, sino la acción colectiva y/o de los movimientos sociales. Por su parte, el enfoque butleriano se centra principalmente en los sujetos y su capacidad para subvertir el género mediante el desarrollo de actuaciones y/o comportamientos alternativos que se alejen del orden normativo y binario dominante de género. Una de esas actuaciones alternativas sería el desarrollo o representación de múltiples formas de masculinidad y feminidad. Así pues, mientras que el enfoque butleriano destaca la influencia de los discursos en la conformación de los sujetos, el enfoque etnometodológico subraya la importancia de cómo se (des)hace el género en las interacciones.

Sin embargo, ambas propuestas analíticas permiten enfocar la identidad de género como "a more fluid and flexible concept, and the analysis of 'doing gender' an analysis of the gendered practices that shows how both stability and instability of how gender identity is 'done' as well as 'undone'.[14]" (Nentwich y Kelan, 2014, pág. 3) De ahí, su importancia y relevancia para el análisis de las identidades de género y su conformación.

Tras la revisión de las más destacables conceptualizaciones acerca de lo que es y supone el género, es importante abordar el papel del cuerpo en la configuración de las

[14] un concepto más fluido y flexible, y el análisis de "hacer género" un análisis de las prácticas de género que muestra tanto la estabilidad como la inestabilidad de cómo se "hace" y se "deshace" la identidad de género.

identidades de género, no solo porque funciona como anclaje de la propia identidad, tal como se ha ido desgranando, sino además porque es a través del mismo como un orden socio-cultural incorpora sus demandas y materializa sus discursos en el espacio-tiempo. Por ello, es interesante explorar cómo el sistema sexo/género se inscribe y refleja no solo en la psique sino también se materializa en los cuerpos anclándose en lo real, especialmente en el caso de los cuerpos leídos y reconocidos como pertenecientes al género femenino, por el contenido y la intensidad de los mandatos de género a los que se encuentran sometidos, los cuales colocan a las mujeres en una posición deficitaria. Así, se trata de analizar las estrategias de gobierno sobre el cuerpo femenino que se despliegan y/o imponen para la adaptación y ajuste a estándares estereotipados a partir de los cuales delimitar y configurar la identidad femenina.

2.4. El gobierno del cuerpo femenino como sedimentación de los mandatos de género.

Antes de explorar y ahondar en cómo el cuerpo femenino y su autogobierno se configuran como sedimentación de los mandatos de género, precisamente por el contenido y la intensidad de aquellos a los que se encuentra supeditado, es necesario atender al contenido de estos modelos normativos que el patriarcado prescribe, los cuales, mediante la conformación de estereotipos, mandatos y roles, definen quiénes son y cómo tienen que ser tanto hombres como mujeres.

Por un lado, los mandatos que conforman la masculinidad se fundamentan en la definición de los varones como seres para sí y se concretan en presentarles y configurarles como seres racionales, confiados y seguros de sí mismos. Es decir, no dependen de la validación externa. Además, estos deben ser valientes, fuertes, autosuficientes, capaces, con iniciativa y agencialidad (rol activo) en todos los ámbitos de su vida. Los varones han de estar en posesión del poder y demostrarlo, así como desempeñar un rol de proveedores de recursos. “La definición hegemónica de la virilidad es un hombre en el poder, un hombre con poder, y un hombre de poder”. (Kimmel, 1997, pág. 51) “Estos estereotipos y mandatos de género proyectan “la falsa idea de que los hombres están especialmente dotados para el espacio público, las tareas productivas y acciones centradas en el éxito y el logro individual” (Cobo y Ranea, 2020, pág. 90). La violencia, la agresividad y el dominio adoptan también un papel importante en la configuración de la masculinidad.

Más específicamente, los mandatos de género masculinos promueven no poseer ninguno de los atributos y roles que se asocian a las mujeres y/o se construyen como femeninos. “La masculinidad existe sólo en contraste con la femineidad” (Connell, 1997,

pág. 32). Se trata de definirse precisamente mediante lo opuesto (racionalidad frente a emocionalidad, fuerza frente a debilidad o docilidad). En cuanto a la emocionalidad, en su caso, solo se permite la expresión de enfado, rabia e ira, precisamente porque son emociones vinculadas a la demostración de poder, control y asertividad.

Por otra parte y en contraposición, los mandatos de la feminidad hegemónica definen y prescriben a las mujeres como "*seres-para-los-otros*, estructuradas por la sexualidad, el trabajo y la subjetividad enajenadas, *para dar vida, sentido y cuidado a otros*." (Lagarde, 2000, pág. 45) Estos proyectan "la idea errónea y sexista de que las mujeres están especialmente dotadas para el espacio privado, las tareas de reproducción y cuidado." (Cobo y Ranea, 2020, pág. 90). Y ensalzan su papel como cuidadoras y responsables del bienestar de los demás, sin esperar reciprocidad en esta tarea. De hecho, su valía se construye conforme cumplen con este rol de entrega al otro, renunciando o menoscabando las propias necesidades y deseos. Por eso, su plenitud y plena satisfacción supuestamente se consigue mediante la maternidad, en donde pueden desarrollar esa entrega incondicionalmente. A diferencia de los varones, deben adoptar una posición de pasividad en el desarrollo de sus vidas, especialmente en relación a la experimentación de su propia sexualidad: deben ser dóciles y esperar la iniciativa del varón. "Cumplir los deberes de género supone ser aceptadas como sombras de quien es considerado el único 'sujeto'" (Freixas Farré, 2001). En el caso de las mujeres la expresión de emociones constituye un mandato de feminidad. Sin embargo, no se les permite expresar rabia, enfado o ira, pues su cometido debe ser siempre agradar a los demás. Las mujeres son socializadas para ser empáticas, complacientes y, también, para establecer vínculos relacionales con una clara motivación emocional. Supuestamente las mujeres estarían (deberían estar) más predispuestas a vincularse afectivamente (y al amor) y a ser más dependientes emocionalmente. "La consideración social de que es ser y sentirse mujer vendría determinada por dar una enorme importancia a las emociones, los afectos, el cuidado o las relaciones interpersonales" (Ferrer-Pérez, 2017, pág.160).

Por último, estos mandatos de género femeninos configuran la dimensión estética (apariencia física) como elemento central de la identidad femenina, lo que coloca el reconocimiento del propio valor en la mirada externa, especialmente, en la masculina. Así, las mujeres se mantienen "vulnerables a la aprobación ajena, dejando expuesto a la intemperie ese órgano vital tan sensible que es el amor propio." (Wolf, 2020, pág.42)

Todas estas disposiciones genéricas (re)productoras de feminidad y masculinidad se sustentan en una visión androcéntrica, que define y presenta de forma positiva y

privilegia todo aquello que se construye como perteneciente al género masculino y/o se adscribe a la masculinidad; en cambio, se menosprecia y se define como deficitario todo aquello que se configura como femenino. Tal como Hoskin (2020) señala:

> While femininity is seen as deceptive, inauthentic and artificial, masculinity is authentic, natural, and stands as gender neutral. Feminine sexuality is slutty, while masculine sexuality is heralded as “studly”. While femininity is instructed to reduce in size, to take up less space, masculinity claims ownership over both symbolic and physical space.[15] (pág. 2327)

El hecho de que los patrones dominantes de valoración sean androcéntricos provoca que las mujeres estén expuestas a una mayor presión del estereotipo, así como que la obtención de valoración social, en su caso, se limite y/o restringa a ámbitos específicos como el amor. A esto se suma que una gran parte de los mandatos normativos se fundamentan en la adaptación a los otros. Por eso, se considera que el contenido e intensidad de los mandatos de género femeninos, además de promover la adaptación o ajuste a estándares estereotipados, como sucede en el caso de la masculinidad, colocan a las mujeres en una posición deficitaria.

Además, aunque “la identidad de género es siempre una *identidad corporal*, (…) nos identificamos en relación al género dentro y a partir de una determinada corporeidad, desde una vivencia y una percepción determinada de nosotros/as mismos/as como seres carnales” (Esteban, 2013, pág. 15), en el caso de las mujeres, estos mandatos van siempre acompañados de unas exigencias y prescripciones corporales que enfatizan la dimensión estética como aspecto central en la constitución de la identidad femenina y se presentan estrechamente ligadas con la aceptación y reconocimiento social. Así, se presentan unos cánones de belleza, articulados en torno a tres ejes fundamentales: delgadez, juventud y belleza, como referentes normativos que deben ser alcanzados, algo que es prácticamente imposible precisamente porque se trata de ideales que se encuentran alejados para la mayoría de las mujeres.

Por ello, el cuerpo de las mujeres se encuentra sometido a una constante vigilancia y automodelación con el fin de aproximarse a los criterios de valoración impuestos externamente sobre el cuerpo femenino. De esta forma, es necesaria una autodisciplina

[15] Si bien la feminidad se considera engañosa, inauténtica y artificial, la masculinidad es auténtica, natural y se mantiene neutral en cuanto al género. La sexualidad femenina es promiscua, mientras que la sexualidad masculina se anuncia como "viril, atractiva". Mientras que a la feminidad se le instruye para reducir su tamaño, a ocupar menos espacio, la masculinidad reclama propiedad sobre el espacio tanto simbólico como físico.

para las mujeres y el sometimiento de cualquier aspecto de su cuerpo y conducta a esas regulaciones e ideales y/o exigencias normativas externas para alcanzar la aceptación social. Es así como el gobierno del cuerpo femenino se revela como sedimentación de los mandatos de género. De ahí, que la teoría feminista haya analizado el cuerpo de las mujeres precisamente como soporte de la desigualdad y como un espacio prioritario de subordinación y opresión, expresión de la jerarquía de género. (Cobo, 2017)

Además, el ensalzamiento de la dimensión estética, con los procesos de hipersexualización y cosificación que ello conlleva, como algo central de la identidad femenina promueve una concepción del sujeto femenino como objeto más que como un sujeto con propia agencia. De esta forma, "las mujeres son impelidas culturalmente a ubicarse en el lugar del objeto del deseo y de la pasividad" (Herrera, 2007, pág. 91). Ser, por tanto, para las mujeres es ser percibido y, en concreto, por la mirada masculina o por una mirada ocupada por categorías masculinas. Se les enseña que para gustar han de esforzarse por gustar, convirtiéndose así en objetos y viéndose obligadas a renunciar a su autonomía. Esto es, "existen fundamentalmente por y para la mirada de los demás, es decir, en cuanto que objetos acogedores, atractivos, disponibles." (Bourdieu, 2000; pág.86). La exigencia es doble pues, al mismo tiempo que deben ser hogareñas, deben resultar también sexualmente atractivas para sus compañeros varones. En este sentido, y como consecuencia de la dominación masculina, surge como efecto un estado permanente de inseguridad corporal o de dependencia simbólica en las mujeres.

> Al sentir la necesidad de la mirada de los demás para construirse, están constantemente orientadas en su práctica para la evaluación anticipada del precio que su apariencia corporal, su manera de mover el cuerpo y de presentarlo, podrá recibir (de ahí una propensión más o menos clara a la autodenigración y a la asimilación del juicio social bajo forma de malestar corporal o de timidez). (Bourdieu, 2000, pág. 87)

Los procesos de sexualización a los que se somete a las mujeres, al igual que sucede con otros colectivos oprimidos, permiten apartarlas de la participación política al negarlas su condición de seres racionales. El planteamiento que subyace tras este hecho es que quien está señalado por el sexo/género femenino se encuentra más alejado de la cultura y más próximo a la naturaleza; es decir, más al instinto que a la racionalidad. Así, se ha prescrito la racionalidad como atributo masculino, mientras que la sexualidad y los sentimientos se presentan como rasgos determinantes de la identidad femenina. (Cobo, 2017)

De esta forma, cobra sentido la percepción de que los mandatos normativos de género femenino colocan a las mujeres en una posición deficitaria pues no parten de la misma consideración social que detentan los varones, en cuanto a sujetos con agencia. “La suerte inmensa del niño es que su forma de existir para el otro le ayuda a afirmarse para sí. Hace el aprendizaje de su existencia como libre movimiento hacia el mundo” (Beauvoir, 1949, pág. 384). No existe un conflicto entre el desarrollo de su masculinidad y su intención de afirmarse en proyectos concretos. Por ello, la propuesta de feminidad normativa, que exalta la sexualidad y maternidad como dimensiones centrales de la identidad femenina conceptualizadas al servicio del poder masculino, incide en el discurso y/o visión patriarcal del ser para otros de las mujeres.

Dado que estos mandatos normativos de feminidad y masculinidad suponen y/o imponen unas disposiciones emocionales y relacionales, es decir, unos modos de ser y estar, resulta interesante e importante, especialmente teniendo en cuenta el objeto de estudio de este trabajo de investigación, ahondar en cómo se activan los roles y mandatos tradicionales de género en las relaciones interpersonales, específicamente, en los rituales de cortejo y de emparejamiento, pues tal como se ha mencionado antes, en el ámbito de la sexualidad se establecen más intensamente unas pautas diferenciales de experimentación y actuación para hombres y mujeres, respectivamente.

2.5. La activación de los roles y mandatos de género en los rituales de cortejo y emparejamiento.

El análisis de los rituales de cortejo y emparejamiento es importante no solo debido a que estos se encuentran mediados por comportamientos estereotipados y conductas llenas de normatividades, sino también porque en estos rituales se elaboran y/o negocian las propias autopresentaciones e identidades, buscando el reconocimiento de la mirada de un/a otro/a específico/a.

Estos rituales han estado y están intervenidos por un ideal amoroso basado en el mito del amor romántico, el cual, tal como sostiene Esteban (2011), se concreta en un esquema cultural que interpreta el vínculo como fusión de dos seres en uno y que es internalizado por los sujetos, lo que supone que no necesariamente estos se deban ajustar al mismo sino que si no lo hacen se enfrentarán a una serie de conflictos y desconciertos. Se trata de un esquema cultural que representa y/o está asociado a un modelo de sociedad patriarcal apoyado en las relaciones asimétricas de género y en la distribución diferenciada de los roles que han de desempeñar hombres y mujeres, respectivamente, en las relaciones afectivas. Dado que se construye socio-culturalmente, “vehicula relaciones de carácter social y (…) produce mecanismos de

amplio impacto tanto en el individuo como en el conjunto social." (Anta Félez, 2016, pág. 74). Asimismo, se encuentra influido por las definiciones, usos y costumbres sociales de un determinado momento socio-histórico. Por ello, se busca trazar las tendencias estructurales que revisten dicho ideal amoroso y/o modelo relacional.

Este ideal se inscribe en los rituales cotidianos de cortejo y emparejamiento mediante la interiorización, a través de una socialización diferenciada, de unos mandatos y roles generizados que prescriben cómo deben actuar hombres y mujeres en el desarrollo de los procesos de vinculación afectiva. Tal como se mencionaba antes, histórica y tradicionalmente la configuración de la identidad femenina ha estado determinada por otorgar una enorme importancia a la creación y mantenimiento de relaciones interpersonales, especialmente, amorosas, así como a su pérdida. Para ellas, este ideal amoroso prescribe una visión del emparejamiento y/o de las vinculaciones afectivas como un sacrificio, en donde se debe perseguir una fusión total con el otro. Su rol principal debe ser el de amar y entregarse al otro de forma incondicional. Se impone a las mujeres "docilidad, sumisión, obediencia, complacencia, pasividad, para evitar el displacer, la tensión, la confrontación con el otro" (Gallegos Argüello, 2012, pág.711), ser contenidas y discretas, prácticamente difuminadas; así como una sexualidad que es, al mismo tiempo, negada y tergiversada pues se representa asociada a la pasividad. Se trata de moldear y construir al sujeto femenino como "un ser abnegado, con capacidad de entrega, (…) renunciando a deseos y proyectos personales" (Gallegos Argüello, 2012, pág.711). De este modo, se establece una relación de dependencia para con el otro que se convierte en constitutiva de la identidad femenina.

Mientras, para los varones se destina un rol basado en configurarse como los sujetos amados. Así, no se les requiere demasiado esfuerzo ni tiempo en el cuidado de sus relaciones. De ellos, se espera que experimenten y demuestren una mayor independencia, autonomía y/o desapego en sus vinculaciones, cultivando otras áreas de su vida y persiguiendo sus propios deseos y aspiraciones. Esto es, para los varones, vincularse afectivamente constituye una cuestión sumatoria, no una dimensión central y/o que otorgue sentido a su vida.

En las interacciones que se establecen, regulan y/o configuran los rituales de cortejo existe un orden de interacción diferencial de género, fuertemente marcado. En el caso de los varones, deben tomar la iniciativa en el ritual, cumpliendo el rol o con el mandato de género de ser los que conquistan (conquistadores). Es decir, recae sobre ellos la responsabilidad de iniciar el ritual de cortejo e incluso de mantenerlo. Por tanto, deben desempeñar un rol activo en la interacción.

Las mujeres, cumpliendo con su rol sumiso y pasivo, deben adoptar un papel de espera paciente a ser conquistadas por el varón. De modo que el contenido de su rol les reprime manifestar explícitamente sus deseos y experimentar libremente su sexualidad. Se impide a las mujeres ser directas y decididas; en cambio, deben participar en un juego de seducción en donde deben sugerir de forma sutil su reciprocidad ante la propuesta de cortejo del varón. Es así como ellas funcionan como objetos para la mirada y el placer masculinos, y no como sujetas de su propia sexualidad. Además de mostrarse a la expectativa, a las mujeres se les exige que sean difíciles de conquistar y exclusivistas:

> la abstinencia pasa a ser una prueba y una señal de virtud que las ayuda a formar su propia reputación (…) mientras que, para los hombres, esa resistencia permite mostrar la masculinidad en tanto capacidad de desear y conquistar aquello que la mujer debe negar (Illouz, 2012, pág. 89)

En las motivaciones para el inicio de los procesos de vinculación afectiva y/o emparejamiento también se prescriben unas normas generizadas. Se considera que las mujeres deben poseer siempre una motivación emocional en sus vinculaciones. Por ello, en su caso, la dimensión estética (apariencia física) debe estar en un segundo plano en sus selecciones, pues deben primar otros componentes afectivos y/o emocionales. Tras esta motivación no instrumental, debe existir un planteamiento de búsqueda de estabilidad en sus vínculos. Asimismo, se espera de ellas una disponibilidad absoluta y una predisposición para vincularse.

En cambio, los varones podrían poseer una simple motivación instrumental para vincularse. Así, se encontrarían más dominados en sus elecciones por sus "impulsos más instintivos" y su sexualidad, de modo que valorarían la apariencia física de las mujeres por encima de la personalidad, estatus u otras cualidades referentes al mundo interior. Además, no se les exige tanta exclusividad pues se entiende que forma parte de su "esencia masculina" un deseo irreprimible a explorar y experimentar su sexualidad. En su caso, la ausencia de exclusividad y una menor predisposición a comprometerse y/o buscar vínculos más estables no solo se relativiza, sino que les aporta valor y reconocimiento social. De este modo: "men romantically devoted may be derided and women having frequent sex are considered to be promiscuous" (Strowhorn III, P., 2013, pág. 18)[16] Es decir, aquellos/as que se desvían del rol asignado deben convivir con el estigma por no cumplirlo.

[16] Los hombres románticamente devotos/dedicados pueden ser ridiculizados y las mujeres que tienen relaciones sexuales frecuentes son consideradas promiscuas.

En dichos rituales no solo se imponen unas determinadas pautas de actuación, sino también unas normas del sentir, en el sentido de Hochschild (2008), mediante las que se reproducen mandatos y roles de género. Estas normas del sentir constituyen normas sociales que funcionan como "guidelines for the assessment of fits and misfits between feeling and situation."[17] (Hochschild, 2008, pág. 566). De alguna forma, reflejan patrones de integración en la sociedad (situaciones sociales).

> There is a distinction, in theory at least, between a feeling rule as it is known by our sense of what we can expect to feel in a given situation, and a rule as it is known by our sense of what we should feel in that situation. (Hochschild, 2008, pág. 564)[18]

Los individuos, para adecuarse a lo que se espera de ellos en ciertas situaciones, tratan de sentirse de una determinada manera para responder a las normas sociales que imperan en dichas situaciones. Se trata de "the act of trying to change in degree or quality an emotion or feeling."[19] (Hochschild, 2008, pág. 561) Dicho trabajo de adecuación conllevaría un autogobierno del sí mismo, orientado a determinar qué emociones son adecuadas o apropiadas para cada tipo de situación y/o contexto social. Mientras que algunas de estas normas son universales, otras son propias y específicas de determinados grupos sociales y pueden ser usadas para realizar distinciones entre los mismos; así, funcionarían o tendrían un cierto alcance de disciplinamiento y control social y/o de preservación del orden social, en este caso, de género.

En este sentido, para las mujeres, se prescriben unas normas del sentir en donde se enfatiza la expresión de emocionalidad. Sin embargo, las emociones permitidas y/o dispuestas para ellas deben cumplir con el rol femenino de sumisión y docilidad. De modo que se espera que manifiesten vulnerabilidad, sensibilidad, paciencia, ternura, agradabilidad, etc. En cambio, no se les permite experimentar ni expresar disconformidad, rabia, enfado, ira o agresividad. Esto último demuestra el carácter contradictorio de los mandatos y roles de género, especialmente en el caso de las mujeres, pues al mismo tiempo que se les exige que se muestren difíciles de conquistar, se reprime en ellas la expresión de emociones de disconformidad y/o rechazo. Así, cumplir con los mandatos de la feminidad impuestos supone para las mujeres un

[17] Directrices para la evaluación de ajustes y desajustes entre sentimiento y situación.

[18] Existe una distinción, al menos en teoría, entre una regla de sentimiento tal como la conocemos por nuestro sentido de lo que podemos esperar sentir en una situación determinada, y una regla tal como la conocemos por nuestro sentido de lo que deberíamos sentir en esa situación.

[19] el acto de intentar cambiar en grado o calidad una emoción o sentimiento.

ejercicio difícil rodeado de contradicciones que las aboca a un cuestionamiento constante de sus modos de comportarse (y de existir).

Por su parte, a los varones, en estos rituales, se les imponen unas normas del sentir que precisamente exigen una ausencia de empatía, afectividad, vulnerabilidad, etc. Así, el posible rechazo al que se exponen en la conquista, a pesar de que pueda impactarles, tiene que ser relativizado y/o neutralizado pues demostrar ese posible impacto emocional supondría una expresión de debilidad y un posible cuestionamiento de su masculinidad. Por el contrario, ellos han de manifestar asertividad, seguridad en uno mismo, impulsividad, insensibilidad o indiferencia. Asimismo y como desempeño de su masculinidad, los varones deben demostrar valentía, poder, e incluso se permite una cierta agresividad, en el cortejo. (Amurrio Vélez, M., 2012)

Por tanto, tales normas de sometimiento y supeditación, por parte de las mujeres, al dominio de los varones que imponen y/o subyacen a los rituales de cortejo y emparejamiento, permeados por la normatividad de género, pueden suponer el desarrollo de actitudes y comportamientos muchas veces violentos y/o que legitiman pautas de cortejo altamente agresivas para las mujeres. Por último, mediante el cumplimiento de estas normas de conducta y del sentir, en estos rituales, se trata de performar la feminidad y la masculinidad.

Tras todos estos planteamientos se desvela que las identidades de género son el resultado de la síntesis entre la asignación social del género, la apropiación con su particular interpretación y paralela resignificación de los mandatos de género que lleva a cabo la persona en su interacción social cotidiana con otros actores sociales mediada por el discurso, y la posición social que ocupa en sí el sujeto en el entramado social. Por tanto, es evidente la influencia del/a otro/a a través de la interacción social, esto es, la relacionalidad, en el proceso de conformación de las identidades de género. No obstante, la configuración de las identidades de género se realiza en un contexto neoliberal que podría reformular y/o apuntalar las subjetividades, estereotipos y relaciones de género. Por eso, es importante profundizar en el análisis del neoliberalismo, haciendo especial hincapié en su potencial influencia en la producción de subjetividades, ya que, tal como diversos planteamientos han ido señalando, su especificidad radica en su capacidad para inscribirse en todo el orden social, especialmente en la racionalidad de los individuos.

Capítulo 2. Neoliberalismo, Gubernamentalidad y Subjetividades: Construcción de subjetividades de género en el contexto neoliberal.

Antes de analizar la potencial influencia del neoliberalismo en los procesos de conformación de las identidades de los individuos o incluso explorar qué tipo de subjetividades demanda y/o reclama el modelo neoliberal, es importante abordar algunas cuestiones analíticas previas.

En primer lugar, es relevante establecer una distinción analítica estricta entre los conceptos de posmodernidad y neoliberalismo para evitar caer en una confusión terminológica, pues aunque pueden retroalimentarse no tienen por qué hacer referencia a lo mismo. Además, esta posible confusión puede dificultar un análisis preciso del contexto sociocultural en el que se conforman las identidades contemporáneas. Es cierto que, tal como las últimas teorizaciones señaladas acerca del desarrollo de la identidad en la modernidad tardía apuntan, existe alguna coincidencia entre esta etapa, también conocida como la posmodernidad, y el neoliberalismo en cuanto a que en ambos casos se puede llegar a exaltar valores asociados a la lógica del individualismo. Sin embargo, mientras que la posmodernidad hace referencia a una cultura de una determinada época, como antes se mencionaba, el neoliberalismo alude a una racionalidad política, a una determinada visión del mundo y del individuo que toma como referencia el modelo de empresa para dar sentido a la realidad. Es decir, se trata de una ideología que busca imponer un determinado modelo económico, el cual se basa en exportar el modelo organizacional de empresa más allá de la esfera financiera, de modo que sea este el que estructure la forma de pensar el mundo y las relaciones de los individuos consigo mismos. Además, tal como plantea Follari (2011), mientras el neoliberalismo surge como resultado de acciones conscientes y cuenta con mentores y agentes precisos, la posmodernidad constituye en sí misma el "suelo cultural compartido" sobre el que se van a desarrollar las actuaciones de la contemporaneidad. Por tanto, se puede establecer cómo actuar dentro de la posmodernidad. Sin embargo, podría suceder que el neoliberalismo se apropiara de algunos de los fundamentos epistemológicos de la posmodernidad, tales como la desconfianza en la existencia de verdades absolutas, la cual puede desembocar en un cierto relativismo, desconfianza política o en un fomento del individualismo, para limitar la capacidad crítica y las actitudes de resistencia. O incluso del propio contexto de crisis institucional de los anclajes y certezas, en el que surge la posmodernidad, que impele al sujeto a coparticipar en el proceso de conformación del yo, convirtiendo a la propia identidad en un proceso gobernable, para extender la racionalidad neoliberal basada en el autogobierno del sí mismo. En consecuencia, resulta importante puntualizar que:

> el hecho de que lo posmoderno, por su acento en lo narcisista y lo cool y su abandono de las grandes metas sociales, haya sido suelo cultural fértil para la ofensiva neoliberal de los noventa, no debiera ser interpretado como que fue una condición que "estuvo al servicio de lo neoliberal", ni tampoco que resulte indisociable de este último fenómeno. (Follari, 2010, pág. 57)

Por consiguiente, neoliberalismo y posmodernidad aluden a procesos diferentes, aunque precisamente, por eso, no son del todo incompatibles, pues no buscan ocupar el mismo espacio.

En ese marco y en segundo lugar, también se considera importante ahondar en el análisis del neoliberalismo, planteando sus múltiples significados o conceptualizaciones procedentes de diversos enfoques teóricos.

1. Significados y orígenes del neoliberalismo. El neoliberalismo como racionalidad gubernamental.

Significados del neoliberalismo

El neoliberalismo podría presentarse como una de las versiones rediseñadas del capitalismo que se construye adaptándose y/o conforme a la evolución socio-cultural de las sociedades, con el objetivo de apuntalar o preservar los fundamentos radicales del sistema de mercado. Es lo que Boltanski y Chiapello (2002) definen como espíritu del capitalismo que se movilizaría en distintas épocas, caracterizado por su dinamismo y adaptabilidad a las exigencias y/o demandas sociales de cada periodo, de modo que se reapropiaría de las críticas que se le formulan, resemantizándolas de acuerdo a los valores del mercado. Asimismo, si por algo se caracteriza este modelo basado en el culto al mercado es por su carácter verdaderamente abstracto, un rasgo que se materializa en el desapego que muestra por las formas materiales de la riqueza, ya que prioriza la circulación permanente del capital, y que tiene como efecto la perpetuación de su principal fundamento, la acumulación, y, por consiguiente, su perdurabilidad en el tiempo.

Esas reformulaciones del modelo capitalista han sido estudiadas bajo el paraguas que comprende el término del neoliberalismo. Dicha noción, sin embargo, ha adoptado formatos muy diversos y es profundamente polisémica. Entre sus diversas acepciones, destaca, en primer lugar, aquella que lo enfoca como ideología o proyecto hegemónico. Este planteamiento se vincula principalmente con análisis propuestos por Stuart Hall y otros autores vinculados a la revista británica, *Soundings*, tal como señala Byrne (2017). Se sostiene que el neoliberalismo funciona como una ideología diseñada con el objetivo

de volver a implantar modos de dominación de clase que habían sido atenuados por el Keynesianismo de posguerra. Su principal rasgo como ideología se concreta en una preocupación primordial por la propiedad privada del individuo y por el establecimiento de límites al estado, al que se considera como enemigo de la libertad. Esta significación se caracteriza por enfatizar una visión del neoliberalismo como fenómeno superestructural. Sin embargo, es importante abordarla desde un enfoque no reduccionista, tal como proponen Boltanski y Chiapello (2002) retomando el pensamiento de Louis Dumont, en donde la ideología se concibe como un conjunto de creencias compartidas, que se inscriben en las instituciones y se involucran en acciones, a través de lo cual consiguen anclarse en la realidad.

En segundo lugar, se ha definido el neoliberalismo como un modo de regulación:

> Approaches of this kind are unified by a focus on the class politics of neoliberal restructuring, state rescaling as part of neoliberal restructuring, economic policy-making under neoliberalism, and efforts on the part of state managers to deal with the negative externalities of neoliberal social and economic policies.[20] (Byrne, 2016, pág. 346)

Algunos de los máximos exponentes de este enfoque como Harvey (2007) entienden el desarrollo del neoliberalismo como una imposición sobre los estados-nación llevada a cabo por una elite económica minoritaria. Sin embargo, también existen dentro de esta visión otras propuestas como la de Peck (2010) que abogan por enfocarlo como modo de regulación desde una perspectiva más alejada de la vertiente conspiracional presente en el anterior enfoque. Esta última propuesta enfatiza la naturaleza híbrida del actual neoliberalismo, destacando una conceptualización del mismo como "an open-ended and contradictory process of politically assisted market rule"[21] (Byrne, 2017, pág. 346), que no entiende de homogeneidad en cuanto a su instauración. Y subraya que, salvo algunas excepciones, su instauración o integración se lleva a cabo a través de un "'dialogic' process with whatever is the prevailing political culture in a particular geographic locale[22]." (Byrne, 2017, pág. 347).

[20] Los enfoques de este tipo están unificados por un enfoque en la política de clase de la reestructuración neoliberal, la reestructuración del Estado como parte de la reestructuración neoliberal, la formulación de políticas económicas bajo el neoliberalismo y los esfuerzos por parte de los administradores estatales para abordar las externalidades negativas de las políticas sociales y económicas neoliberales.

[21] un proceso abierto y contradictorio de dominio del mercado con asistencia política.

[22] proceso "dialógico" con cualquiera que sea la cultura política predominante en un lugar geográfico particular.

Por último, el neoliberalismo también se conceptualiza como racionalidad gubernamental. Este planteamiento tiene sus raíces en los estudios post-estructuralistas desarrollados por Michel Foucault en referencia a la cuestión de la gubernamentalidad, cuyo análisis se desarrolla estrechamente conectado con el concepto de dispositivo productor de subjetividades, un enfoque particularmente interesante para este trabajo de investigación. Por tal dispositivo se entiende, tal como retoman Santos Ortega, Serrano Pascual y Borges (2021) del pensamiento de Foucault, al "conjunto de discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas, enunciados científicos, que, puestos en relación, cumplen una función estratégica concreta inscrita en relaciones de saber/poder" (pág.4). Así, los individuos, atravesando esa red, inscriben en sus formas de ser y cuerpos unas determinadas subjetividades. Por su parte, la gubernamentalidad, se define como "el conjunto constituido por las instituciones, los procedimientos, análisis y reflexiones, los cálculos y las tácticas que permiten ejercer esa forma bien específica, aunque muy compleja, de poder que tiene por blanco principal la población, por forma mayor de saber la economía política y por instrumento técnico esencial los dispositivos de seguridad". (Santos Ortega, Serrano Pascual y Borges, 2021, pág. 4). Ambos conceptos analíticos coexisten y se refuerzan.

Por tanto, la noción de gobierno se propone vinculada más con una actividad que con una institución; esto es, la actividad que dirige la conducta de las personas en un marco y con herramientas de Estado. En concreto, la gubernamentalidad hace referencia a la confluencia entre las técnicas de dominación de sí ejercidas sobre uno mismo y las técnicas ejercidas sobre los demás. Sin embargo, solamente se puede ejercer ese gobierno y poder sobre sujetos libres, y solo en la medida en que estos son libres. Se trata de organizar ese espacio de libertad que se les otorga a los individuos en donde se les presentan diversas posibilidades, que inducen el auto-sometimiento a ciertas normas. De modo que "el gobierno requiere la libertad como su condición de posibilidad: gobernar no es gobernar contra la libertad o a pesar de ella, es gobernar mediante la libertad" (Laval y Dardot, 2013, pág. 16).

Es justo en este último sentido cómo se constituye el neoliberalismo como racionalidad gubernamental, instrumentalizando la noción de libertad, especialmente la de elección, con el objetivo de que sea el propio individuo el que se someta a sí mismo a las reglas de mercado. Esto es, se sustenta "en la libertad, pero una libertad determinada por lógicas socioeconómicas naturalizadas y toda una retícula de dispositivos de modulación, control, evaluación y sanción." (Amigot y Martínez, 2019, pág. 120).

Asimismo, también resulta clave en este proceso la apropiación del concepto de empoderamiento. Ambos serán neutralizados en su valor emancipador en cuanto a la dotación de recursos a las personas para la gestión de la propia vida, en el ámbito individual y colectivo; así como de espacios para el ejercicio de derechos sociales y políticos.

Por tanto, esto desvela la propia naturaleza reguladora del modelo neoliberal, la cual no estaría dirigida tanto a reprimir libertades ni a prohibir sino a promover y producir sujetos productivos, esto es, producir y favorecer ámbitos de acción y formas de relacionarse los individuos consigo mismos, basadas en el propio autogobierno de la conducta. Supone inducir una disposición a representar los comportamientos y conductas en términos de libertad, haciéndolas aparecer como fruto de decisiones internas del individuo, de modo que inducen consentimiento y compromiso con la acción. Así, "la coerción y la amenaza explícita de castigo ceden parcialmente el lugar a la seducción, por lo menos en su faz retórica, como promesa de reconocimiento y valoración." (Amigot y Martínez, 2015, pág.146)

Por tanto, el neoliberalismo como gubernamentalidad es un poder que se basa en la autonomía de los gobernados/as, es decir, en la auto-conducción de la propia conducta de los sujetos, pero orientada esta última a favorecer o fomentar la producción y competencia. De esta forma, se desvela la parte más oscura de la normatividad neoliberal, pues a través de la promoción de modos de autogobierno cada vez más insidiosos también se promueve una incesante vigilancia del espacio público.

Por otro lado, el neoliberalismo supone el despliegue de la lógica del mercado como lógica normativa generalizada, que llega a colonizar hasta lo más íntimo de la vida del individuo. Asimismo, implica la generalización de la competencia como norma de conducta y de la empresa como modelo de subjetivación. Esta lógica de mercado se instauraría a través de una serie de tecnologías destinadas a la promoción del autogobierno del sí mismo. Por eso, la conceptualización del neoliberalismo como racionalidad, se plantea más adecuada que como ideología y política económica, debido al papel fundamental que este tiene en la estructuración y organización, no solo de la acción de los/as que gobiernan, sino también en la conducta de los/as gobernados/as.

También resulta crucial, para su análisis, abordar la acepción extendida del neoliberalismo como retirada del Estado frente al mercado. Tal como recogen autores como Laval y Dardot (2013) esa extendida asunción de una oposición entre Estado y mercado constituye uno de los principales obstáculos para definirlo con exactitud. En contraposición, se propone que han sido los Estados, primeramente los que acumulan

más poder, los que han introducido y universalizado en el contexto socio-económico la lógica de la competencia y el modelo de la empresa. En concreto, lo llevarían a cabo a través del despliegue de políticas intervencionistas que tratan de modificar las relaciones sociales, interviniendo en los modos de actuación de las instituciones sociales de protección y en los comportamientos de los individuos a través de la introducción de una competencia generalizada, a la que ellos mismos se encuentran también sometidos. Por tanto, la intervención estatal no tendría como objetivo limitar el mercado sino el desarrollo del mercado de la competencia. Para ello, desarrollará un marco jurídico adaptado a este mercado, que posibilite su funcionamiento y la consecución de beneficios. Esto es, en el neoliberalismo, el gobierno del Estado se construye de acuerdo al mercado, de tal forma que es este último el que dirige absolutamente todo; así, el Estado se encuentra al servicio del mercado y "cumple un rol fundamental: debe ser el regulador de la maquinaria capitalista, asegurando su funcionamiento. El gobierno ya no ha de gobernar poco para la sociedad, sino que debe gobernar cabalmente para el mercado." (Sferco, 2019, pág. 165) Por tanto, el Estado va a intentar favorecer que ese mercado siga funcionando, aunque al mismo tiempo atienda ciertas demandas sociales empleando conjuntamente recursos públicos y privados.

Orígenes del neoliberalismo

El neoliberalismo no correspondería tanto a una intensificación del liberalismo clásico que se impuso en el siglo XIX bajo la doctrina del laissez-faire, sino más bien a una nueva forma de gobierno que surge o se desarrolla para problematizar y después reemplazar al keynesianismo. Este último modelo puede definirse como una especie de liberalismo social, que surgió como respuesta a la Gran Depresión de 1929 y que extendió su hegemonía fuertemente en el período posterior a la Segunda Guerra Mundial. Aunque acabara convirtiéndose en el blanco del neoliberalismo, compartió con él su fundamento principal, que consistía en salvar el sistema capitalista contra el propio liberalismo, cuyos dogmas habían demostrado una absoluta incapacidad para rediseñar los límites de la intervención gubernamental, y desarrollar mejor los fines de la civilización liberal. En este sentido, el keynesianismo, que buscaba abordar algunos de los problemas de desigualdad generados por antiguas formas de gobierno liberal abandonados por parte de la izquierda a través del planteamiento del Estado de Bienestar, pronto comenzó a ser cuestionado. En concreto, fue en torno a los años 70, cuando las críticas procedentes especialmente de intelectuales asociados a la Mont Pelerin Society comenzaron a materializarse en un relevante ataque político hacia el Estado de Bienestar, que concentraba sus esfuerzos en dibujarlo como un modelo insostenible desde un punto de vista financiero y opresor desde el enfoque de los

derechos del individuo (Byrne, 2017). De hecho, se sitúa en torno a los años 1980-1990 el momento de expansión de la racionalidad neoliberal como nueva racionalidad gubernamental. Sin embargo, la elaboración de esta doctrina se remonta a la década de 1930, en el contexto de la crisis por los efectos de la Gran Depresión. En concreto, surge en la coyuntura de crisis económica, política y doctrinal, a causa de la crisis del dogmatismo del liberalismo, que ya venía fraguándose desde los años 1880 a causa de una expansión del cuestionamiento de sus dogmas en todos los países que se industrializaban. Por ello, la crisis del liberalismo tuvo como indicio un reformismo social cada vez más extendido. Este contexto político e intelectual de cuestionamiento impuso la revisión explícita de la doctrina del laissez-faire si se quería combatir la creciente orientación hacia las políticas redistributivas, garantistas, planificadoras, reguladoras y proteccionistas. Así, tuvo lugar la refundación neoliberal de la doctrina, la cual no se caracterizó por estar totalmente unificada pues se concretó en dos grandes corrientes. Ambas se esbozaron en el año 1938 en el Coloquio Walter Lippmann. Por un lado, se encontraba la corriente del ordoliberalismo alemán, representada por la figura de W. Eucken y W. Röpke. Y, por otro, la corriente austro-norteamericana, representada por Ludwing von Mises y Friedrich Hayek. Sin embargo, ambas corrientes terminaran siendo agrupadas por la Mont Pelerin Society desdibujando las diferencias que presentaban antes de la guerra.

No obstante, es importante puntualizar que la instauración de la racionalidad neoliberal no tuvo una única causa, es decir, no surgió de la simple puesta en práctica de la doctrina, como si fuese un paso de la ideología hacia la economía, sino como resultado de la confluencia de muchos procesos heterogéneos que condujeron a un efecto global.

> Its historical emergence was not simply a function of the state, the ruling class, or white males, although we need to be attentive to its entanglements with systems of oppression (…) Rather, neoliberal governmentality emerged from a determinate historical conjuncture that included the fiscal crisis of the state; ‘deregulation’ at home and ‘structural adjustment’ abroad; post-Fordist flexible accumulation as the dominant mode of capital accumulation globally; consumer movements and demands for corporate, professional, and government accountability; various rights movements within liberal democracies, women’s movements among them; the rise of cultures of ‘self-improvement,’ and probably other factors, none of which are reducible to any other, but which together have

> served as the ground for the appearance of neoliberal techniques of the self. (Inoue, 2007, pág. 81)[23]

Una de las diferencias más importantes entre el neoliberalismo y el liberalismo clásico se encuentra en el fundamento de las relaciones que establecen. Mientras que en el liberalismo clásico estas se definen por el intercambio, en el neoliberalismo se definen por el principio de la competencia. Esto último es lo que le lleva a Brown a sostener que "one way neoliberalism differs from classical economic liberalism is that all domains are markets, and we are everywhere presumed to be market actors." (2015, pág. 36)[24]. Por eso, es necesario resaltar que al mismo tiempo que en el liberalismo clásico esas relaciones basadas en el intercambio funcionan a través de la equivalencia, en el neoliberalismo el principio de competencia en el que se fundamentan implica el establecimiento de desigualdad entre las personas que se interrelacionan. Y, lo más importante: "consequently, when the political rationality of neoliberalism is fully realized, when market principles are extended to every sphere, inequality becomes legitimate, even normative, in every sphere." (Brown, 2015, pág. 64)[25] Por otro lado, otra de las grandes diferencias entre el liberalismo clásico y el neoliberalismo radica en que en este último "the state must "govern for the market, not because of the market."" (Brown, 2015, pág. 63)[26], tal como antes se mencionaba. Además, esta mutación que trae consigo la configuración del neoliberalismo como racionalidad gubernamental, supone, por tanto, el soterramiento de los principios del liberalismo clásico. Esto es así, debido a que la libertad, tan aclamada por el liberalismo clásico, en el neoliberalismo al mismo tiempo que se sigue fomentando se encuentra profundamente controlada, pues si se planifican u organizan sus condiciones de emergencia podrá también ser regulado su alcance.

---

[23] La gubernamentalidad neoliberal es un complejo conjunto histórico de prácticas que no fue inventada por una única elite de poder ni sirve a sus intereses o simplemente mantiene el status quo. Su surgimiento histórico no fue simplemente una función del Estado, la clase dominante o los hombres blancos, aunque debemos estar atentos a sus enredos con los sistemas de opresión (…) Más bien, la gubernamentalidad neoliberal surgió de una coyuntura histórica determinada que incluía la crisis fiscal del estado; "desregulación" en el país y "ajuste estructural" en el extranjero; la acumulación flexible posfordista como modo dominante de acumulación de capital a nivel mundial; movimientos de consumidores y demandas de responsabilidad corporativa, profesional y gubernamental; varios movimientos de derechos humanos dentro de las democracias liberales, entre ellos los movimientos de mujeres; el surgimiento de culturas de "superación personal" y probablemente otros factores, ninguno de los cuales es reducible a otro, pero que en conjunto han servido de base para la aparición de técnicas neoliberales del yo.

[24] Una de las diferencias entre el neoliberalismo y el liberalismo económico clásico es que todos los ámbitos son mercados, y en todas partes se supone que somos actores del mercado.

[25] En consecuencia, cuando la racionalidad política del neoliberalismo se realiza plenamente, cuando los principios del mercado se extienden a todas las esferas, la desigualdad se vuelve legítima, incluso normativa, en todas las esferas.

[26] El Estado debe "gobernar para el mercado, no por el mercado".

En ese marco, se puede proyectar el neoliberalismo como razón del capitalismo contemporáneo, el cual se caracterizaría por haberse despojado de las referencias arcaizantes y haberse instaurado a través de su plena asunción por parte de las sociedades como construcción histórica y norma general de la vida, constituyendo esta última cuestión una de las razones de su éxito. El planteamiento de Brown (2015) va un poco más allá y sostiene que su éxito se basa en haber sido capaz de establecer o imponer una relación directa entre el mercado y la verdad y realidad.

Por último y por tanto, el neoliberalismo "es un sistema de normas ya profundamente inscritas en prácticas gubernamentales, en políticas institucionales, en estilos empresariales." (Laval y Dardot, 2013, pág. 21). Se ha impuesto como algo dado, aunque no de forma natural sino que requiere la intervención activa del Estado para su constitución. De hecho, este último se encuentra sometido a la propia norma del mercado. Se ha convertido en un sistema profundamente resiliente precisamente porque es capaz de extender la lógica del mercado más allá del ámbito financiero. Esta expansión se lleva a cabo a través de la producción y transmisión de un tipo de subjetividad propia, la cual tiene como base el fomento de la competencia sistemática de los individuos entre sí. Así, se exportan métodos que imperan en el ámbito empresarial, como la constante evaluación y contabilización del éxito o la exposición continuada al riesgo a otras esferas tales como la educación, etc., de modo que estos principios consiguen convertirse en modos de vida para las personas. En este sentido, el neoliberalismo se convierte en productor de una nueva subjetividad, cuyo proceso de construcción constituye en sí mismo el modo más logrado de subjetivación capitalista. Dado el objeto de estudio de este trabajo de investigación, es imprescindible ahondar en el análisis de dicha subjetividad, destacando sus posibles implicaciones en las conductas y en la propia conformación de las identidades, en general, y de género, en particular.

2. El neoliberalismo como dispositivo productor de subjetividades.

Tal como se señalaba antes, el éxito del neoliberalismo radica en su capacidad para extender mucho más allá del ámbito financiero su propia lógica. De este modo, no solo se constituye como sistema económico sino como práctica disciplinaria que reorganiza la sociedad, influyendo de forma directa en la forma en la que los individuos se comportan, se desarrollan e interactúan entre sí. Esto último es imprescindible para culminar esa reorganización de la sociedad así como la del entorno empresarial e institucional a través de la expansión e intensificación de los mecanismos de mercado.

Es en este sentido donde cobra especial relevancia el análisis del neoliberalismo como dispositivo productor de subjetividades.

La nueva subjetividad neoliberal se caracteriza principalmente por la gubernamentalidad, antes mencionada, que alude al autogobierno del sujeto, cuyo origen referencial se encuentra en el modelo de empresa. Se trata de transferir este modelo organizacional al proceso de conformación del self. El ser deberá funcionar como empresario de sí mismo. Para ello, la valorización ideológica y social del modelo de la empresa desempeña un papel fundamental, pues esta última se presenta como el lugar donde las personas consiguen alcanzar su plenitud y reconocimiento. "La empresa, y sus valores constituyentes, van a pasar a ser el principal espacio de producción discursiva a partir del cual se justifica (hace *razonable*), orienta y hace inteligible el comportamiento e intensifica los procesos de interpelación identitaria." (Santos Ortega, Serrano Pascual y Borges, 2021, pág. 2). Esto es, la empresa se constituye como dispositivo de socialización, el cual, por tanto, no solo desempeña una función económico- comercial, sino que también participa activamente en la configuración identitaria de las personas, regulando sus conductas y comportamientos y, por ende, organizando sus relaciones sociales. Desde el prisma de la empresa como una racionalidad de gobierno, pues su capacidad de influencia desborda el ámbito empresarial, se puede plantear esta misma como institución generadora de relaciones de poder y saber. Sin embargo, es necesario mencionar que:

> to speak of the relentless and ubiquitous economization of all features of life by neoliberalism is thus not to claim that neoliberalism literally marketizes all spheres, even as such marketization is certainly one important effect of neoliberalism. Rather, the point is that neoliberal rationality disseminates the model of the market to all domains and activities — even where money is not at issue — and configures human beings exhaustively as market actors, always, only, and everywhere as homo oeconomicus. (Brown, 2015, pág. 31)[27]

En la configuración de los individuos como actores del mercado adquiere un papel clave la instauración y expansión del principio de la competencia.

[27] Hablar de la incesante y omnipresente economización de todos los aspectos de la vida por parte del neoliberalismo no es, por lo tanto, afirmar que el neoliberalismo literalmente mercantiliza todas las esferas, aun cuando dicha mercantilización sea ciertamente un efecto importante del neoliberalismo. Más bien, la cuestión es que la racionalidad neoliberal difunde el modelo del mercado a todos los ámbitos y actividades –incluso cuando el dinero no está en juego– y configura a los seres humanos exhaustivamente como actores del mercado, siempre, sólo y en todas partes como homo oeconomicus.

2.1. La competencia como norma de conducta de los nuevos sujetos emprendedores.

En el liberalismo clásico, los individuos solían intervenir en las relaciones sociales como productores en su mayoría, debido a su fundamentación en el intercambio, lo cual se traducía en una participación en la sociedad para satisfacer una demanda social. Los sujetos eran concebidos como propietarios de una fuerza de trabajo que se vende en el mercado, gobernado por las fuerzas impersonales de la oferta y la demanda.- En cambio, en el neoliberalismo los sujetos se convierten en un capital regido por el principio de la competencia, el cual se instaura como modo de conducta del sujeto e insta a las personas a superarse y adelantarse entre ellas con el fin de encontrar nuevas y mejores posibilidades de ganancias como si de una batalla se tratara. Este principio define la actividad económica en sí y también a su agente principal: el/la emprendedor/a, quien animado/a por un espíritu empresarial basado en el autogobierno, estará dispuesto/a a comprometerse en el proceso permanente de competencia. La política neoliberal se centrará especialmente en la introducción y establecimiento de condiciones de competencia y rivalidad en la acción para convertir a los sujetos en emprendedores constantes. En este sentido:

> El ingente trabajo de adaptación a los requisitos del mercado y a la lógica subyacente de competencia generalizada pasa por deshacer derechos y garantías sociales y difuminar el principio de solidaridad colectivo, pero también por la puesta en marcha de transformaciones institucionales y mecanismos de subjetivación individualizadores, fundamentalmente de activación y de movilización subjetiva para el rendimiento. Esta demanda de movilización generalizada tiene relación con la transformación de las personas en recursos y en capital humano.” (Amigot y Martínez, 2015, pág. 141)

Esto es, con la implantación de la lógica de la competencia todos los actores del mercado se convierten en capitales que, en lugar de relacionarse a través del intercambio, compiten entre sí. El capital humano va a sustituir al trabajo en la racionalidad neoliberal al igual que sucede con la competencia, que sustituye al intercambio, y la desigualdad a la igualdad. (Brown, 2015). Además, este provoca un efecto cadena. Produce sujetos emprendedores que intensifican las dinámicas de competencia entre ellos mismos, lo que tendrá como efecto que deberán adaptarse continuamente a las condiciones cada vez más duras que ellos mismos irán estableciendo, de acuerdo con la lógica de la autorrealización constante.

De esta forma, la expansión de la lógica de la empresa tiene como objetivo que el sujeto trabaje para la empresa como si lo estuviera haciendo para él mismo. Se trata de hacer mucho más difícil la detección de la alienación a la que se somete a la persona, ya que se suprime la distancia existente entre el propio individuo y la empresa en la que trabaja. Esta estrategia se desvela así impregnada de la más clásica violencia social propia del capitalismo que consiste en transformar al trabajador en una simple mercancía. Es decir, tal como se planteaba, la difusión de la lógica de mercado más allá del ámbito financiero deviene en la constitución del individuo como capital humano. El individuo debe convertirse así en el emprendedor de su vida; debe autorregularse, no conformarse y autooptimizarse mediante un trabajo continuo sobre sí mismo.“La racionalidad neoliberal, por tanto, incita a cada individuo a adoptar actitudes de valorización y de capitalización, de modo que pueda competir en el mercado e incrementar sus condiciones de “empleabilidad” y sus “competencias”.” (Amigot y Martínez, 2015, pág. 141).

2.2. Autorresponsabilización y autoexigencia como estrategias de configuración de las subjetividades neoliberales.

Un aspecto clave en la conformación del espíritu emprendedor, antes mencionado, es la responsabilidad individual. La concepción del individuo como único responsable de lo que le acontece supone una importante carga de auto-exigencia. Se extiende una individualización radical incluso de los marcos interpretativos que dan un sentido a las crisis y desigualdades sociales. De este modo, problemas y riesgos a los que se enfrenta el sujeto se transforman en crisis y/o fracasos individuales en los que los individuos tendrían que asumir una responsabilidad. Este proceso de psicologización sirve a su vez para la estructuración de prácticas de subjetivación y auto-gobierno o producción de sí. El propio ser se convierte en el único espacio de cambio, por lo que la crítica social deja paso a la crítica personal. En efecto, “anger … [is] rarely evoked. Instead, self-critique and associated feelings of anxiety and self-doubt …. [prevail].” (Scharff, 2016, pág. 16)[28]

Esa responsabilidad que debe ser asumida, por tanto, por los individuos es lo que Laval y Dardot (2013) recogen bajo el concepto de accountability (rendición de cuentas), que viene a denotar la responsabilidad que debe tener el individuo sobre sí mismo, al mismo tiempo que debe ser capaz de dar cuenta de sus actos ante los demás y ser enteramente calculable, lo que conlleva un sometimiento a una evaluación constante. Sin embargo,

[28] la ira... [es] rara vez evocada. En cambio, la autocrítica y los sentimientos asociados de ansiedad y dudas…. [prevalecen]."

la cuantificación y evaluación del yo es empleada para jerarquizar los rendimientos personales y hacer comparable al sujeto con el objetivo de disciplinar el comportamiento laboral y, así mejorar finalmente el rendimiento empresarial.

> El sistema de normas que subyace a la lógica de evaluación impone al sujeto la competición y el cumplimiento de objetivos y restringe la conciencia intersubjetiva, con lo que acaba produciendo formas de apatía moral y neutraliza las relaciones sociales de cooperación (Santos Ortega, Serrano Pascual y Borges, 2021, pág. 7).

Por tanto, la constante evaluación del propio sujeto también fomenta y expande la lógica neoliberal del individualismo en detrimento de la interdependencia y la colectividad. Así, el neoliberalismo "se apoya en una estética ego-liberal que hace de la autonomía, el empoderamiento y la inmunización una productiva tecnología de precarización afectiva." (Nijenshon, 2018, pág.31). Fomenta un individualismo exacerbado a costa de la promoción de la atomización de los sujetos, la cual se lleva a cabo a través del despliegue de tecnologías de auto-precarización afectiva. Se trata de configurar las economías afectivas de los sujetos, esto es, sus vínculos afectivos. Sin embargo, lo llevará a cabo el propio individuo a través de su autogobierno. Se auto-produce una subjetividad individualista basada en la negación de la interdependencia, así como en una visión individualista del éxito. Y se considera que uno/a no le debe nada a nadie y que su éxito es fruto exclusivamente de sí mismo. Por tanto, tal como sostiene Scharff (2016), este enfoque presenta el bienestar del sujeto "as achievable through appropriate self-management." (Scharff, 2016, pág. 13)[29]. De esta forma, se erosiona de nuevo el fundamento mismo del vínculo social que descansa en la reciprocidad, teniendo como resultado la expansión de la competencia entre individuos. Se promueve, por tanto, la idealización de la yocracia (se silencian los entramados sociales y afectivos que nos configuran como sujetos) y se fomenta el mantra de la meritocracia, que se formula ajeno a y/o silencia las desigualdades sociales, jerarquías y violencias sistemáticas originadas por la desigualdad de oportunidades a partir de una ideología del sujeto autónomo, creador de su vida y valores, productor de sí mismo y de su entorno.

Teniendo en cuenta lo planteado, lo que provoca malestares psíquicos no es en sí "el exceso de responsabilidad e iniciativa, sino el imperativo del rendimiento, como nuevo mandato de la sociedad del trabajo tardomoderna." (Han, 2010, pág.29). Tal como antes se mencionaba, en la modernidad tardía, donde el neoliberalismo impera, ya todo o casi

[29] alcanzable mediante una autogestión adecuada.

todo carece de estabilidad y se encuentra en constante cambio, escapándose del control del individuo. Frente a esto, la racionalidad neoliberal propone el dominio o control del sí mismo, con el claro objetivo, de nuevo, de que el individuo trabaje sobre sí mismo para que la empresa del yo mejore su rendimiento y poder competir, así, en el mercado. Así, el individuo se constituye como sujeto del rendimiento.

2.3. La positividad del *poder hacer* frente a la negatividad del *deber ser* como mecanismo de control.

En ese marco, la subjetividad neoliberal también se conforma constantemente, tal como señala Han (2010), en torno a la positividad excesiva. Se construye en base a proyectos, iniciativas y motivación que sustituyen al mandato y la prohibición. El individuo debe convertirse en un sujeto con confianza, resiliencia, liderazgo, afirmación, etc. Todo aquello que denote negatividad queda automáticamente descartado, pues la estrategia más eficiente para aumentar la productividad es el fomento del rendimiento frente a la disciplina. Se instaura el esquema positivo del poder hacer, que resulta mucho más eficiente y productivo que la negatividad del deber. El sujeto de rendimiento es mucho más productivo que el de la obediencia. Sin embargo:

> El poder no anula el deber. El sujeto de rendimiento sigue disciplinado. Ya ha pasado por la fase disciplinaria. El poder eleva el nivel de productividad obtenida por la técnica disciplinaria, esto es, por el imperativo del deber. En relación con el incremento de productividad no se da ninguna ruptura entre el deber y el poder, sino una continuidad. (Han, 2010, pág. 28)

El fomento de la positividad excesiva tiene efectos despolitizadores, pues "when positive attitudes are valued at the expense of anger or despair, critique and the impetus to change something other than the self have little use-value."[30] (Scharff, 2016, pág. 11)

> Los dispositivos de subjetivación mencionados se sostienen en factores emocionales como el miedo, por un lado, que constituye un elemento de fondo de la operatividad de los procedimientos evaluativos-formales y de sus efectos de disciplinamiento y, por otro, el deseo de reconocimiento, que moviliza la asimilación de criterios pre-establecidos para obrar de manera valorable positivamente. (Amigot y Martínez, 2015, pág. 151)

Tal subjetividad fundamentada en el individuo emprendedor y consumidor se cultiva a través de una socialización continua cuyos canales de transmisión son de muy diversa

[30] Cuando las actitudes positivas se valoran a expensas de la ira o la desesperación, la crítica y el ímpetu por cambiar algo más que uno mismo tienen poco valor de uso.

índole, destacando entre ellos los medios de comunicación, en donde se publicita, por ejemplo, el estilo de vida de famosos/as como referente a seguir o donde se da voz a supuestos expertos/as o consejeros/as, que ofrecen soluciones basadas en experiencias de consumo para encrucijadas vitales.

De esta forma, el sujeto se ve inmerso en un proceso de aprendizaje constante sobre cómo tiene que comportarse cada vez que se expone a situaciones de mercado. El neoliberalismo difunde sus principios ideológicos a través de los distintos medios sociales, a fin de acelerar la auto-reforma del sujeto. Así, el espíritu y cultura de empresa, así como las ventajas del capitalismo por encima de cualquier otro modelo socio-económico, son interiorizados por los individuos. Los sujetos no se reforman a través de la propaganda de la libertad de elección y del enriquecimiento individual sino que se pone en juego lo que denominan Laval y Dardot (2013) como dispositivo de eficacia. Este dispositivo se concreta en un despliegue de mecanismos que organizan la educación, el trabajo, incluso el descanso y el ocio, pasando por el control del cuerpo, los cuales conforman al sujeto neoliberal y que, de esta forma, proporcionan a la organización económica los recursos humanos aptos para poner en funcionamiento el gran engranaje de la producción y del consumo. Esto es, "la nueva normatividad de las sociedades capitalistas se impuso mediante una normalización subjetiva de un tipo particular" (Laval y Dardot, 2013, pág. 329), que a su vez se llevó a cabo a través del despliegue de una serie de tecnologías enfocadas al reforzamiento del sí mismo para la competencia.

2.4. La libertad sexual de los sujetos como capital humano.

En este sentido, es importante aludir a la incorporación de la libertad sexual de los sujetos al ámbito económico-financiero y social. Esto se ha llevado a cabo a través de la transformación de dicha libertad en un capital sexual, y ha sido posible debido a que en la contemporaneidad la esfera económica y la sexual no se encuentran tan desvinculadas como antes. En efecto, se ha visto fortalecida y normalizada la relación monetizada entre los sujetos y la sexualidad.

> El concepto de <capital sexual> llega a ser útil precisamente porque reconoce simultáneamente la posibilidad (percibida) de libertad sexual y el hecho sociohistórico de que en la Modernidad tardía la libertad ha llegado a ser no solo compatible con la libertad de mercado, sino también un pretexto para extender y profundizar su dominio. Dicho de otro modo, reconoce que la libertad, y concretamente la libertad sexual, se ha convertido en la base normativa del capitalismo contemporáneo." (Illouz y Kaplan, 2020, pág.7)

Así, surgen planteamientos teóricos como el de la socióloga Catherine Hakim quien, a través del concepto de capital erótico, al que define como una mezcla de atractivo físico y social, legitima precisamente la utilización de estos últimos aspectos como activo personal (especialmente en el caso de las mujeres) en el mercado laboral para conseguir mejores empleos. Entre los aspectos más importantes englobados bajo este ejemplo de capital sexual, se encuentra la deseabilidad física y social, la cual estaría culturalmente condicionada. Desde algunas perspectivas feministas como la que plantea De Miguel, se apunta que este escenario plantea un:

> Enfrentamiento entre una concepción neoliberal de la sexualidad, en que todo vale si hay dinero y <consentimiento> por medio, y una concepción radical y estructural de la sexualidad. Una concepción, la primera, en que personas <libres> e <iguales> pactan y eligen frente a otra en que se considera que las estructuras normativas y coactivas determinan a favor del sistema y de los privilegiados <las elecciones> y el <consentimiento> de los individuos. (2015, pág. 147)

En esta línea, también se encuentra el concepto de capital sexual tardomoderno, desarrollado por Illouz y Kaplan (2020), el cual hace referencia al valor económico que las personas pueden obtener de sus capacidades, cualidades y experiencias sexuales. Aunque guarda similitudes con el concepto de capital erótico, este tipo de capital sexual no consideraría el sexo como un recurso de valor exclusivamente femenino para intercambiarlo (competir) en el mercado con los activos de valor masculinos. Por tanto, no se refiere a jerarquías sociales de deseabilidad erótica, en donde las mujeres comercializan su eroticidad y/o atractivo físico a cambio de bienes no materiales de los hombres. Se plantea, en cambio, como un capital sexual en términos de desigualdad de clase más que de género, pues se considera como una parte y/o variante del capital humano. Esto es, la vida sexual del individuo en sí misma con sus experiencias, afectos y deseos sexuales deviene una fuente de valor. De este modo, la inversión del individuo (de tiempo, etc.) en su vida sexual puede otorgarle una serie de habilidades o cualidades (capital) con las que competir en el mercado neoliberal. Este tipo de capital sexual, en contraste con el anterior, no se entiende como plusvalía del cuerpo, pues no se refleja ni se inscribe en los cuerpos, ni se interpreta como atractivo erótico. No se trata de extraer valor (activos) económicos de la mercantilización del propio cuerpo. El capital sexual tardomoderno retrata la desigual distribución del sexo en tanto capital humano, pues habrá personas con una mayor predisposición y/o una mejor posición en la escala social para obtener autoestima y/u otras cualidades (capital) a partir de su vida sexual que les posibilite ser más competitivas en el mercado o incluso ser más empleables. Por

tanto, dicho capital sexual haría referencia a la posibilidad de “algunos sujetos de aumentar el valor personal y obtener beneficios económicos de sus propias capacidades sexuales. Tal definición supone que las experiencias sexuales pueden crear estados afectivos que se vuelven útiles en un mercado neoliberal inestable.” (Illouz y Kaplan, 2020, pág. 35). Se trata de obtener plusvalía de tales estados, los cuales serían acumulados de forma individual y estarían sobre todo relacionados con la autorrealización, la creatividad, la ambición y la autoestima. Así, el capital sexual se refiere tanto a cuestiones económicas como no económicas.

Por otro lado, el imperativo de ser emprendedor/a o empresario/a de uno/a mismo/a también llega a la esfera del placer y la sexualidad, pues se impele al individuo a que se dé a sí mismo placer. Esto último guarda una estrecha relación con algunos de los mandatos neoliberales a través de los que se instaría a los sujetos a divertirse, experimentar y ser creativos constantemente. El trabajo individual de búsqueda de placer sexual que se adjudica al sujeto, como una responsabilidad más que debe asumir en el gobierno de sí mismo para ser lo más competitivo posible en el mercado, no solo crea valor mediante el fomento del consumo de productos de la cultura popular para conseguir ese autoplacer, sino también mediante la conformación de subjetividades emprendedoras. Estos sujetos emprendedores buscarán desarrollar un capital sexual que les permita competir en el mercado fundamentado principalmente en el deseo de autonomía, autoestima y capacidad de expresión. Así, por tanto, la deseabilidad social se convierte en eje de legitimidad pública. Cuanto más deseable se sea, más valor social y competitividad de cara al mercado se adquiere. Estas cuestiones ponen de manifiesto que ya no se considera al sexo y a la sexualidad como el núcleo oculto de un yo auténtico.

> Más bien, el sexo y la sexualidad se han vuelto mensurables y objetivados como elecciones de estilo de vida y de identidad, como habilidades y técnicas improbables, como modos de comunicación personal, cambios hacia el bienestar y evidencia de creatividad, experiencia y singularidad manifiestas. (Illouz y Kaplan, 2020, pág. 33)

Se podría plantear entonces que el neoliberalismo promueve una racionalización del deseo y del goce de la persona para mejorar su rendimiento individual que tendrá como efecto a su vez la mejora del rendimiento de la empresa de sí.

Por eso, el modelo neoliberal se define por la instrumentalización de los recursos psicológicos y emocionales de los sujetos para la consecución de una eficacia productiva. La mano de obra se transforma en capital humano, como antes se

mencionaba, el cual se define como el conjunto de los elementos físicos, culturales y psicológicos invertidos para valorizar la propia vida. (Saidel, 2016) También podría conceptualizarse como capitalismo emocional.

Tras lo planteado, se pone de manifiesto que la figura del/la ciudadano/a, que se caracterizaba por un sentimiento de responsabilidad colectiva y que poseía ciertos bienes y servicios asociados a unos derechos derivados de su propia condición, desaparece poco a poco en provecho del sujeto empresarial, el/la cual no solo es el/la consumidor/a de la retórica neoliberal sino que es quien no obtiene nada sin nada a cambio, que tiene que ser más competitivo en el mercado y a quien la sociedad no le debe nada y viceversa. También se ha desvelado que la subjetividad neoliberal requiere una constante atención y que las diferentes dimensiones del yo, ya sea la física o mental, son trabajadas para la optimización y obtención de rendimiento de las mismas. Así, por tanto, "la racionalidad neoliberal produce el sujeto que necesita disponiendo de los medios de gobernarlo, para que se comporte realmente como una entidad que compite y que debe maximizar sus resultados exponiéndose a riesgos que tiene que afrontar asumiendo enteramente la responsabilidad ante posibles fracasos" (Laval y Dardot, 2013, pág. 333).

Por eso, resulta clave ahondar en los efectos que tal subjetividad neoliberal detallada, fundamentada en la individualidad y construida a espaldas de la estructura social, tiene en relación a la rearticulación y/o amplificación de las subjetividades y relaciones de género. Especialmente, este trabajo se interroga y trata de explorar aquellas estrategias empleadas por el neoliberalismo para reconceptualizar los mandatos de género en su propio beneficio e instrumentalizar así la igualdad de acuerdo a estos marcos políticos.

3. Subjetividades de género en el contexto neoliberal: Nuevos arquetipos de feminidad.

Dado el objeto de estudio de este trabajo de investigación resulta imprescindible explorar las posibles conexiones entre género y neoliberalismo. Sin embargo, debido a la multiplicidad de las mismas, lo cual desborda la extensión de este trabajo así como la delimitación del enfoque de análisis, este apartado se centrará en analizar las posibles conexiones entre las subjetividades de género y el neoliberalismo en relación a las mujeres; en concreto, subrayando cómo estas últimas han sido construidas como el sujeto neoliberal ideal.

3.1. Las mujeres como sujeto neoliberal ideal.

Antes de comenzar con el análisis de la construcción del sujeto 'mujeres' como el sujeto neoliberal ideal, es relevante subrayar que el fundamento mismo de esta construcción radica en la propia consideración y/o conformación de la identidad social femenina como la otredad. Las mujeres se convierten en el sujeto neoliberal ideal porque se las interpela de forma constante para que lleven a cabo una revisión continuada de sus identidades, y de sus cuerpos. El hecho de que estas se representen como deficitarias e incompletas, en definitiva, como lo otro del varón, induce una disposición a la autorevisión, autoescrutinio y remodelación para compensarlo. Esto puede intensificarse en la contemporaneidad de la modernidad tardía en donde se mantiene a los individuos en una posición de autosospecha y vigilancia permanente. Y conlleva una subordinación de las sujetas a la autorregulación de su propio yo, tal como demanda la racionalidad neoliberal, de modo que el mensaje que se les transmite es que para sentirse completas han de someterse a esa permanente autorregulación y a diversas experiencias de consumo. Se dispone así a las mujeres a conceptualizar y/o interiorizar dicha subordinación como resultado de su libertad de elección. Tal como Gill y Scharff señalan: "to a much greater extent than men, women are required to work on and to transform the self, to regulate every aspect of their conduct, and to present all their actions as freely chosen." [31](2013, pág. 7) Sin embargo, para eso, es necesario que las mujeres:

> believe first that they or their life is lacking or flawed in some way, and second that it is amenable to reinvention or transformation by following the advice of relationship, design or lifestyle experts, and practising appropriately modified consumption habits.[32] (Gill, 2008, pág. 15)

Esto demuestra cómo la identidad femenina se construye y presenta como subjetividad neoliberal, pues ha de conformarse a los fundamentos del empresario/a de uno/a mismo/a. A través de las dinámicas de autorregulación y autovigilancia, fundamentadas en el gobierno del sí mismo/a y la automejora constante se persigue conseguir lo mejor de una misma. Igualmente, esto desvela el carácter paradójico del propio modelo en cuanto a la conformación de subjetividades, pues al mismo tiempo que se presenta a las mujeres como sujetos con capacidad y/o agencia, se promocionan formas de

[31] En mucha mayor medida que los hombres, las mujeres deben trabajar y transformarse a sí mismas, regular cada aspecto de su conducta y presentar todas sus acciones como libremente elegidas.

[32] creen, en primer lugar, que ellas o su vida carecen de algo o tienen algún defecto y, en segundo lugar, que es susceptible de reinvención o transformación siguiendo los consejos de expertos en relaciones, diseño o estilo de vida, y practicando hábitos de consumo adecuadamente modificados.

gubernamentalidad del propio yo. Por tanto, aunque estos nuevos arquetipos de feminidad se presenten como modelos de feminidad alternativos:

> Esto no quiere decir que [promuevan] la construcción de modelos igualitarios, sino simplemente (…) modelos que garanticen la expansión acrítica de su propia dinámica. Quizás se trate más de un "lavado de cara" de la feminidad, esto es, la puesta en valor de un modelo de feminidad que parece nuevo, pero que esconde tras de sí los valores esencialistas de siempre. (Medina-Vincent, 2017, pág. 253)

Así, se sigue interpelando a las mujeres para llevar a cabo la transformación de sus subjetividades deficitarias, especialmente en relación con el manejo o control del cuerpo y la sexualidad. Tal como apuntan diversas propuestas como la de Gill y Sharff, retomada por Carr y Kelan, la especificidad del discurso neoliberal radica en el fomento del consumo de productos centrados en la estética y en el culto al cuerpo. Se insta a las mujeres a desarrollar un constante trabajo de reformulación de sí mismas, a través de la remodelación de sus propios cuerpos mediante tratamientos de belleza que incluyen la compra de productos y servicios cosméticos. Se las impele como sujetos a que reconstruyan constantemente su imagen y, por ende, su presentación del yo ante el resto de individuos. El sujeto empoderado neoliberal femenino se plantea como resultado de un trabajo constante de cuidado de una misma, ya no solo en lo referente al cuidado del cuerpo sino también a nivel espiritual. Sin embargo, estos cuidados se proponen siempre desde la lógica neoliberal del individualismo, es decir, a través del trabajo individual sobre una misma. De modo, que se suma también esta responsabilidad hacia las sujetas y se insiste, por tanto, en la ruptura de la interdependencia social.

Diversas investigaciones feministas señalan que suelen ser en su mayoría mujeres jóvenes las que se ven interpeladas constantemente a llevar a cabo una transformación de su propio yo. La promoción de las mujeres, sobre todo jóvenes, como sujeto neoliberal por excelencia puede convertirse en una forma más de intensificar las desigualdades y exclusión, especialmente porque este arquetipo de sujeto se correspondería con un sujeto de clase media, es decir, con una supuesta capacidad de adquisición y, por tanto, de consumo. Promociona un tipo de subjetividad femenina que establece un vínculo o conexión entre la reivindicación feminista del empoderamiento de las mujeres con las experiencias de consumo. En concreto, se impele a las mujeres a conquistar su empoderamiento a través de diferentes experiencias de consumo. Este enfoque neoliberal no solo individualiza y, por tanto, despolitiza el concepto de

empoderamiento, instrumentalizándolo con fines económicos, sino que, a través de la construcción de este sujeto femenino neoliberal, se excluye a todas aquellas mujeres que no pertenecen a esa clase social o nivel adquisitivo. En consecuencia, se termina construyendo otro sujeto, aquellas otras mujeres etiquetadas como las 'otras' no empoderadas, que se encontrarán situadas en una posición de exclusión y discriminación. Podría sostenerse que la subjetividad neoliberal femenina se construye a través de un distanciamiento de las mujeres supuestamente empoderadas respecto a las que se construyen como las "otras" no empoderadas; es decir, se conforma generando más desigualdad. Esas "otras" van a ser constituidas con las mismas herramientas de opresión con las que se constituye la identidad mujeres como la otredad frente a la identidad masculina, reproduciéndose de nuevo la jerarquización de género a través del modelo neoliberal.

Medina-Vincent (2017) retomando a Wilson, señala que se promueve una subjetividad *mainstream,* dirigida en su mayoría a mujeres blancas occidentales y heterosexuales con estudios y carreras profesionales de éxito. Y se excluye a todas aquellas otras mujeres que se encuentran atravesadas por otras variables como la diversidad étnico-racial, la clase social o la sexualidad.

> Dicho sujeto se corresponde directamente con un grupo de mujeres con derechos políticos, culturales y económicos reconocidos. De este modo, se dejan de lado las situaciones de otros grupos de mujeres cuyos derechos no son reconocidos en estos marcos concretos, cada mujer se encarga de gestionar sus propios problemas de forma individual sin atender a los condicionantes sociales compartidos con otras mujeres en esa misma situación." (Medina-Vincent, 2017, pág. 261)

No obstante, a pesar de la promoción de esa subjetividad *mainstream* y debido al carácter adaptativo del propio modelo, antes referido, incluso la propia diversidad puede llegar a ser instrumentalizada. En este sentido, Beatriz Cavia (2017), retomando la perspectiva de análisis de Núñez, sostiene que, del mismo modo que en la contemporaneidad el consumo constituye al individuo como tal en tanto miembro de la sociedad, el género, como categoría social, establece estilos de vida y, con ello, también pautas de consumo estrechamente vinculadas al cuerpo. Es más, no solo se impele a las mujeres a (re)construir su identidad femenina de forma continuada por ser consideradas históricamente como la otredad sino que también aquellas personas que conforman sus identidades más allá de la normatividad que impone el orden social de género se ven constantemente interpeladas a someterse a disciplinamientos severos,

especialmente, en relación a sus cuerpos para adecuarse a dicho orden social. Así, las identidades trans o disidentes del género se convierten también en nichos de mercado y, por qué no, por tanto, en el sujeto neoliberal ideal, pues de nuevo, también se ven constantemente instadas al escrutinio y autorregulación. En cualquier caso, el sujeto neoliberal se conforma atravesado por el género. Se trata de construir subjetividades de género productivas, de modo que la subjetividad femenina pasa a ser un activo económico al que impulsar. La economización o mercantilización de la subjetividad femenina se traduce en que las mujeres, como emprendedoras de sí mismas, deben ser capaces de asumir riesgos y gestionar las adversidades, asumiendo siempre la responsabilidad individual en todo aquello que les acontece. De esta forma, tal como sostiene Medina-Vincent (2017), retomando a Scharff: "feminism is pushed away from the self because it is incompatible with the neoliberal imperative to be self-reliant"[33] (pág. 258). Especialmente porque el feminismo como movimiento social y teoría política aboga por la interdependencia, así como por la colectivización de los problemas sociales para la consecución de una transformación social de la estructura que oprime y genera desigualdad y violencia, sobre todo contra las mujeres. Así, cobra especial relevancia explorar las conexiones entre feminismo y neoliberalismo; en concreto, en cuanto a la instrumentalización que lleva a cabo este último de algunas reivindicaciones feministas para conseguir despojar al propio movimiento de su valor transformador. Desde la perspectiva feminista, esta deriva despolitizadora se ha conceptualizado como feminismo neoliberal, postfeminismo o neoliberalismo de género. En cuanto a sus orígenes, se sostiene que surge como resultado de la confluencia de diversos factores, que se han visto favorecidos por la capacidad de la racionalidad neoliberal de colonizar todos los ámbitos de la vida. Dada su expansión en la contemporaneidad y su influencia en la producción de nuevas subjetividades femeninas es interesante explorar algunos de sus fundamentos.

3.2. Postfeminismo/ neoliberalismo de género.

De forma más genérica, podría señalarse que el postfeminismo alude a la instrumentalización, llevada a cabo por el neoliberalismo, de las reivindicaciones feministas con claros intereses comerciales. No obstante, llevando a cabo un estudio más específico de este fenómeno, el postfeminismo podría definirse, en primer lugar, como una ruptura epistemológica en el marco feminista. Se trataría de una transformación que rompe con el feminismo hegemónico anglo-americano. En segundo lugar, haría referencia al periodo que surge tras la segunda ola del feminismo, es decir,

[33] El feminismo se aleja del yo porque es incompatible con el imperativo neoliberal de ser autosuficiente.

aquel que se desarrolla a lo largo de los años 1970. En tercer lugar, el concepto de postfeminismo se puede utilizar para denominar a lo que Medina-Vincent, retomando a Faludi, señala como una reacción negativa hacia el propio feminismo. Sin embargo, esta última consideración se considera deficiente pues podría oscurecer el análisis de las nuevas representaciones del feminismo, sobre todo, en cuanto al carácter paradójico o contradictorio de las mismas, pues en ellas confluyen de forma simultánea ideas feministas e ideas reaccionarias antifeministas. En este sentido, se propone una cuarta acepción más acertada en donde el postfeminismo se enfoca como sensibilidad.

La sensibilidad postfeminista englobaría diferentes cuestiones. Entre ellas, por un lado, defiende una noción de feminidad como algo propio del cuerpo; por otro, reclama un cambio en los modos de representación de las mujeres o en la construcción del imaginario social femenino, el cual se concreta en el paso de la objetificación a la subjetivación. También se aprecia un énfasis en la autosuficiencia y el empoderamiento femeninos, así como en el individualismo y en la libertad de elección. En efecto, los discursos individuales de empoderamiento y elección se construyen a modo de sustitución del feminismo. La conciencia social de la desigualdad como un problema estructural es sustituida por un enfoque individualista y psicologizante de los problemas sociales, los cuales tienden a ser normalizados y ante los que se plantean soluciones individuales. Por otro lado, se aprecia un especial culto a la belleza, la cual se presenta como eje central de la feminidad. Además, se reactiva la naturalización de las diferencias sexuales y se desarrollan y/o despliegan nuevos métodos de re-sexualización de los cuerpos de las mujeres, así como un fomento del consumo y la mercantilización de la diferencia y diversidad sexo-genérica.

> This sensibility is characterised among other things by a marked intensification of the scrutiny of women's bodies, a quite obsessive and punitive regulation by the media in which no 'transgression' is seemingly too small to be picked over and the woman subjected to excoriating attack. Yet the discourse or freedom, choice and playfulness occludes this and renders practices such as surgical breast augmentation or liposuction knowable through discourses of 'pleasing oneself' or 'feeling good about oneself'. In this modernised neoliberal version of femininity it is imperative that all ones practices (however painful or harmful they may be) be presented as freely chosen[34] (Gill, 2008, pág. 14)

[34] Esta sensibilidad se caracteriza, entre otras cosas, por una marcada intensificación del escrutinio de los cuerpos de las mujeres, una regulación bastante obsesiva y punitiva por parte de los medios de comunicación en la que ninguna "transgresión" parece demasiado pequeña como para no ser criticada y la mujer sometida a ataques vituperantes. Sin embargo, el discurso de la libertad, la elección y el juego lo

Desde la consideración del postfeminismo como sensibilidad, se plantea este fenómeno como una cultura en la que, a un mismo tiempo, se asume y rechaza el feminismo. Se aprecia cómo, especialmente entre algunas mujeres jóvenes, se abandona y rechaza la conciencia feminista. Sin embargo, quienes la rechazan son mujeres conscientes del género, pues todas en algún momento han vivenciado la desigualdad de género. Por ello, uno de los aspectos centrales del postfeminismo es la posición discursiva que mantienen algunas mujeres, sobre todo las más jóvenes, en relación con el feminismo. Y cómo a través de estos discursos, los cuales resultan clave en la conformación o configuración de las identidades de estas mujeres, se invoca al feminismo y se le niega al mismo tiempo, debido a que se considera que la igualdad que se reivindica ya ha sido alcanzada. Es decir, se desvela su propia ambigüedad, en total sintonía con el carácter paradójico y contradictorio del propio contexto neoliberal en el que surge. De ahí, que sea una cuestión compleja de abordar. (McRobbie, 2004)

Es decir, cada vez que se invoca el feminismo en este contexto se hace y se deshace al mismo tiempo el propio movimiento. O lo que es lo mismo, se visibiliza y deslegitima simultáneamente y, por tanto, se desarticula el feminismo como movimiento necesario de transformación social. Se reconoce la igualdad de género como un aspecto irrenunciable, aunque se subraya que ya no tiene sentido su reivindicación pues ya ha sido alcanzada. Por ello, reconocerse como feminista ya no tiene sentido, es más se rechaza y se estigmatiza; se produce la deslegitimación del movimiento y reivindicaciones feministas y la consecuente pérdida del compromiso feminista. Para ello, tal como señala Bañón (2020), se resemantizan conceptos empleados por la crítica feminista como la igualdad y el empoderamiento de las mujeres. “El de igualdad pasa a ser equivalente a integración en el sistema, y el de empoderamiento a tarea de autosuficiencia y gestión emocional.” (pág. 204)

Por ello, el contexto o cultura postfeminista también se ha definido como fruto de la incorporación por parte de la racionalidad gubernamental neoliberal del discurso feminista. Podría debatirse si se está produciendo una neoliberalización del feminismo o si están surgiendo nuevos feminismos que conectarían con tal gubernamentalidad y sus intereses de expansión del mercado, incorporando claves neoliberales como el individualismo y la competencia a sus estrategias discursivas. En cualquier caso, existen conexiones importantes entre el postfeminismo y el neoliberalismo. En primer lugar, el

tapan y hacen que prácticas como el aumento quirúrgico de senos o la liposucción sean conocibles a través de discursos de "complacerse a una misma" o "sentirse bien consiga misma". En esta versión neoliberal modernizada de la feminidad es imperativo que todas nuestras prácticas (por dolorosas o dañinas que puedan ser) se presenten como elegidas libremente.

individualismo se postula como principio fundamental también del postfeminismo. En segundo lugar, se aprecia un paralelismo entre los motivos neoliberales de exaltación de la autonomía, autorregulación y libertad de elección y las ideas postfeministas de autorrealización y automejora, así como de libertad de agencia y decisión. Por último, se desvela que son las mujeres, en la mayoría de los casos, como sucede con el neoliberalismo, las que se ven instadas a reformular su propia identidad, especialmente, en referencia a la adquisición de una mayor confianza y seguridad en sí mismas. Por ello, se mantiene que el postfeminismo representaría una especie de neoliberalismo de género.

El postfeminismo, por tanto, definido como sensibilidad discursiva, se encontraría conformando un contexto con una gran influencia en la reconfiguración de las identidades contemporáneas femeninas. En ese marco, la corriente postfeminista podría plantear un retroceso en cuanto a los avances conquistados por el movimiento feminista, por la neutralización y despolitización que pretende de sus reivindicaciones. Por eso, resulta importante ahondar en el análisis de los nuevos arquetipos de feminidad que promulga el postfeminismo.

3.3. Nuevos arquetipos de feminidad en la cultura postfeminista.

El nuevo modelo de feminidad que promulga la cultura postfeminista se fundamenta especialmente en la reformulación de algunas subjetividades femeninas de la contemporaneidad como la feminista. En concreto, se aprecia una transformación de los imaginarios sociales supuestamente feministas que se transmiten a través de los medios de comunicación o de las redes sociales. Estos imaginarios buscan alejarse del constructo simplificador, ridiculizante y antifeminista de mujeres feministas enfadadas, para acercarse a un prototipo de mujer feminista que se presenta como una mujer sexualmente liberada. La sexualidad, aunque enfocada desde un punto de vista androcéntrico, deviene un aspecto central de la identidad femenina. Asimismo, tal como sucedía en la conformación de las subjetividades neoliberales, el pensamiento positivo refuerza esta nueva subjetividad. Se proponen marcos del sentir despolitizantes, que reclaman la inhibición de sentimientos de tristeza, enfado, rabia o impotencia así como de descontento social para enfrentar las dificultades o injusticias que el propio sistema de mercado impone e impulsar trasformaciones sociales que reviertan su posición de subordinación. Se desincentiva y deslegitima la queja, a través de la construcción de un imaginario social de las mujeres indignadas como aguafiestas feministas o frustradas.

Esta nueva subjetividad feminista reformula la relación de las mujeres, sobre todo de las más jóvenes, con el feminismo, colocando como pilar fundamental de tal relación la cultura de la confianza la cual:

> Es una tecnología individualizadora que exige un trabajo intenso, pone el énfasis en la auto- regulación de las mujeres y localiza la fuente de los problemas y sus soluciones dentro de una misma, elaborando una forma actualizada de subjetividad confiada, rechazando la inseguridad y la desconfianza. (Medina-Vincent, 2017, pág. 251)

La vulnerabilidad se rechaza y la duda y la inseguridad se muestran como estados tóxicos. La confianza y seguridad en sí misma actúan como criterios y recursos para resultar atractiva y 'sexy', mientras que la inseguridad se convierte en un nuevo modo de entender las desviaciones de las normas estéticas.

La relación entre la confianza en una misma y la deseabilidad social, a través del nuevo arquetipo de feminidad promulgada en el contexto postfeminista, se coloca en el centro de la identidad femenina. De hecho, tal como Gill y Scharff (2013) señalan, retomando enfoques como el de Laura Harvey, esta nueva subjetividad de género femenina se conforma en torno a las nociones de subjetivación sexual y tecnologías de sensualidad. Se trata de conformar un sujeto femenino denominado como la "sexual entrepreneur"[35]. En este sentido, destacan los "uneven ways in which sexual entrepreneurship plays out on male and female bodies- while for men it is presented primarily in terms of 'technique', for women becoming the normatively demanded sexual entrepreneur requires a remaking of subjectivity itself" [36](Gill y Scharff, 2013, pág. 8). Es decir, para convertirse en ese sujeto emprendedor sexual, las mujeres deben no solo incorporar nuevas técnicas sexuales y estar dispuestas siempre a ello, sino que se ven impelidas a someterse a una transformación total de sí mismas.

En cuanto a la representación de la sexualidad femenina que vehiculan estos nuevos arquetipos femeninos, se aprecia que, en comparación con épocas anteriores, se presenta más activa y deseante, aunque simultáneamente se presenta profundamente vinculada y/o supeditada a la sexualidad masculina. Además, se percibe que se sigue recurriendo en el contexto postfeminista, por un lado, a antiguos tópicos estereotipados en donde se naturalizaba o normalizaba un supuesto impulso sexual masculino. Por

[35] Empresaria sexual.

[36] Maneras desiguales en que el emprendimiento sexual se desarrolla en los cuerpos masculinos y femeninos; mientras que para los hombres se presenta principalmente en términos de "técnica", para las mujeres convertirse en el emprendedor sexual exigido normativamente requiere una reestructuración de la subjetividad misma.

otro, se sigue vinculando la sexualidad femenina al deseo de mantener una relación romántica. La sexualidad femenina se representa más conectada con el establecimiento o búsqueda de vínculos afectivos, a causa, entre otros factores, de una socialización de género marcada profundamente por la educación en el mito romántico, en contraposición con la sexualidad masculina en donde los encuentros sexuales se desligarían más de la búsqueda de vínculos afectivos.

Ahondando en el análisis de la sexualidad femenina propugnada, se descubre que se continúa insistiendo en la necesidad de la gestión de una misma, especialmente en incentivar la supuesta mejora de la confianza en sí mismas, y por tanto, de su autoestima, la cual se presenta ligada a la consecución del éxito, en este caso, en el ámbito afectivo-sexual. Se atribuye la responsabilidad de sentirse así a las mujeres. Por eso, para conseguir ese éxito deben invertir tiempo y esfuerzo en trabajar en ello y eludir un posible fracaso personal. El emprendimiento sexual se convierte en el medio a través del cual aumentar el capital erótico y sexual con el que competir en el mercado sexo-afectivo, en vez del método para conseguir una mayor liberación y satisfacción sexual de las mujeres, de modo que "the discourses of self-management produce a feminine subject that is required to be 'up for it' as a response to male needs, in which her own pleasure is a secondary concern." [37](Gill y Scharff, 2013, pág. 63)

En esta propuesta es interesante resaltar dos cuestiones. En primer lugar, el empoderamiento o mejora de la autoestima se adquiere, de nuevo, a través de los otros. Es el compañero sexual masculino el que reconoce a su compañera como mujer segura de sí misma y 'sexy'. De este modo, se perpetúan los mandatos tradicionales de género como el ser para otros. Por otro lado, el propio sistema de mercado ofrece a las mujeres experiencias de consumo del mito de la perfección, relacionadas en su mayoría con la cosmética y prácticas de belleza, desde la compra de ropa y maquillaje hasta el sometimiento a intervenciones quirúrgicas de remodelación corporal, a través de las cuales conquistar la confianza en sí mismas, de acuerdo a unas expectativas masculinas sobre las que recae el reconocimiento de dicha cualidad.

Se trata de alcanzar a través de estas prácticas, cada vez más sofisticadas, el ideal de belleza normativo inalcanzable que impera en la cotidianeidad, el cual responde al mandato de ser 'sexy' o sexualmente atractiva. La consecución o adecuación a este ideal para conseguir el desempeño de la nueva feminidad posfeminista supone una inversión económica importante, lo que desvela el perfil de la audiencia hacia la que van

[37] Los discursos de autogestión producen un sujeto femenino al que se le exige estar "preparado" como respuesta a las necesidades masculinas, en las que su propio placer es una preocupación secundaria.

dirigidos, en su mayoría, esos discursos disciplinadores de subjetivación. Dicha audiendia se encontraría integrada, tal como antes se indicaba en cuanto al sujeto neoliberal ideal, por mujeres blancas, heterosexuales, con alto poder adquisitivo.

Sin embargo, lo novedoso es que esas prácticas se presentan no como dinámicas que buscan complacer el deseo masculino, sino que son reconceptualizadas como estrategias a través de las cuales las mujeres consiguen complacerse a sí mismas. Es decir, "a continued preoccupation with fulfilling men's sexual desires now has to be thought of as authentically self-chosen and, what's more, as empowering."[38] (Gill y Scharff, 2013, pág. 61). A través de elecciones de consumo, el neoliberalismo impulsa esta nueva feminidad, el lugar en el que se adquiere el empoderamiento tan reclamado por el movimiento feminista. Por ello, se transmite el mensaje de que las mujeres pueden adquirir o conseguir los reclamos o demandas feministas a través de elecciones individuales de consumo. Se instrumentalizan las reivindicaciones feministas para el fomento del consumo y, por ende, para suplir los intereses de mercado, así como para evitar la puesta en cuestión del propio modelo socio-económico.

Tal como se detallaba en cuanto a la racionalidad neoliberal, la exaltación de la libertad de elección, así como el mandato de la superación personal, responden a una nueva forma de regulación y control de la vida de las mujeres. Las supuestas elecciones libres a través de las cuales se trata de conformar la nueva subjetividad femenina suponen también una modalidad de restricción, pues se dirige a las mujeres a tomar una serie de decisiones y elecciones para conformar una subjetividad normativa a través de un trabajo constante sobre sí mismas. Son ellas las únicas responsables del proceso de conformación de la nueva feminidad. La clave del éxito de estas nueva subjetividad es que "socially constructed ideals of beauty or sexiness are internalized and made our own, that is, really, truly, deeply our own, felt not as external impositions but as authentically ours."[39] (Gill, 2008, pág. 8)

No obstante, desvelar las nuevas imposiciones o mandatos de género no implica la negación absoluta de la capacidad de agencia de las mujeres que encarnan o aceptan esta nueva feminidad, así como los placeres que puedan devenir del desempeño de la misma. De hecho, al plantear, como se ha hecho, que se requiere para la producción de

[38] Ahora hay que considerar la preocupación continua por satisfacer los deseos sexuales de los hombres como algo auténticamente elegido por una misma y, lo que es más, empoderador.

[39] Los ideales de belleza o sensualidad socialmente construidos se internalizan y se hacen nuestros, es decir, son real, verdadera y profundamente nuestros, no se sienten como imposiciones externas sino como auténticamente nuestros.

la misma la implicación y el trabajo de las propias sujetas sobre sí mismas, se está reconociendo implícitamente esa agencia.

> To note the extent to which this subject has become a normative ideal, then, is resolutely no to deny agency, but is instead to open up a language in which subject-object, power-pleasure, discipline-agency are no longer counterposed as antithetical, binary opposites.[40] (Gill y Scharff, 2013, pág. 56)

Dentro del propio movimiento feminista han surgido diversos debates en relación a la cultura postfeminista y a su capacidad para subvertir o no las relaciones de género. Algunas autoras consideran que la cultura postfeminista ha conseguido dar visibilidad a la sexualidad femenina en las sociedades occidentales y resignificarla como expresión de agencia. Otras, en cambio, consideran este fenómeno como una actualización sofisticada de los estereotipos y mandatos de género patriarcales, aunque reconceptualizados y presentados como una supuesta liberación y empoderamiento de las mujeres. Esta nueva subjetividad femenina se plantea como "a hybrid of discourses of sexual freedom for women, *intimately entangled with* attempts to recuperate this to (male-dominated) consumer capitalism".[41] (Gill y Scharff, 2013, pág. 52) De hecho, se señala como origen de su expansión :

> first, the visibility of feminist discourse in public and popular culture has worked to challenge the norm of women's sexual passivity and compliance, making it possible to imagine sex as a source of strength and independence. Second, a move towards sexualisation at all levels of popular culture has fused notions of a strong confident self with body display, self-pleasure and erotic gazing.[42] (Gill y Scharff, 2013, pág. 205)

Desde esta perspectiva, se considera que el hecho de presentar e impulsar una sexualidad femenina supuestamente activa no significa una mayor liberación sexual de las mujeres, especialmente si la sexualidad femenina se sigue construyendo supeditada y en búsqueda constante de la complacencia de la sexualidad masculina. Además, con lo apuntado se observa que la cosificación del cuerpo de las mujeres en la cultura

[40] Entonces, observar hasta qué punto este sujeto se ha convertido en un ideal normativo no significa decididamente negar la agencia, sino más bien abrir un lenguaje en el que sujeto-objeto, poder-placer, disciplina-agencia ya no se contraponen como antitéticos, opuestos binarios.

[41] un híbrido de discursos sobre la libertad sexual de las mujeres, íntimamente entrelazados con los intentos de recuperarla en el capitalismo consumista (dominado por los hombres).

[42] En primer lugar, la visibilidad del discurso feminista en la cultura pública y popular ha contribuido a desafiar la norma de la pasividad y el cumplimiento sexual de las mujeres, haciendo posible imaginar el sexo como una fuente de fortaleza e independencia. En segundo lugar, un movimiento hacia la sexualización en todos los niveles de la cultura popular ha fusionado las nociones de un yo fuerte y seguro con la exhibición corporal, el autoplacer y la mirada erótica.

postfeminista se ha resignificado. Esta resignificación, que desemboca en su presentación como un proceso de empoderamiento individual, tiene como objetivo que las propias mujeres acepten e interioricen su posición como objetos en la cultura popular. Y conlleva una re-sexualización y una re-mercantilización de los cuerpos de estas. Ambas estrategias se centran en presentar a las mujeres como sujetos deseantes y con capacidad activa de acción, aunque se promulga un cambio en las prácticas disciplinarias que conforman dichas subjetividades. No solo las identidades femeninas se moldean a través del escrutinio y juicio procedentes de una mirada externa masculina, sino que, en el contexto postfeminista, ese juicio procede de las propias mujeres quienes a partir de una mirada interna exigente de autovigilancia se controlan a sí mismas.

> A crucial aspect of the shift from objectification to sexual subjectification is that this is framed in advertising through a discourse of playfulness, freedom, and, above all, choice. Women are presented as not seeking men's approval but as pleasing themselves, and, in so doing, they just happen to win men's admiration.[43] (Gill, 2008, pág. 9)

Por tanto, la cosificación del cuerpo de las mujeres se presenta en el contexto postfeminista como subjetivación sexual. Esto se traduce en que, a pesar de que las mujeres siguen siendo objeto de la cosificación de sus cuerpos, se las dibuja como sujetas de acción de la misma. Tal reconceptualización resulta peligrosa pues desdibuja la posición de víctimas u objeto de las mujeres y, por tanto, añade mucha más dificultad a su denuncia. Esto se lleva a cabo a través del desarrollo y expansión de la propia sensibilidad postfeminista, en la que las nociones de libre elección y agencia y empoderamiento resultan clave. Es decir, se torna más difícil enarbolar la crítica y denuncia de la objetificación del cuerpo de las mujeres, pues se presenta como fruto de una libre elección de las mujeres, reconvertida en subjetivación sexual, a través de la cual, además, las mujeres conseguirían un cierto empoderamiento. La posesión o consecución de un cuerpo deseable socialmente se convierte en la principal fuente de identidad de las mujeres. Así, las mujeres vuelven a ser reducidas a sus cuerpos, los cuales, tal como antes se mencionaba,desempeñan un papel fundamental en la conformación de las identidades, también en el contexto del postfeminismo. De hecho, “a key feature of postfeminist culture is the centrality accorded to the body – particularly

[43] Un aspecto crucial del cambio de la cosificación a la subjetivación sexual es que se enmarca en la publicidad a través de un discurso de alegría, libertad y, sobre todo, elección. Se presenta a las mujeres como personas que no buscan la aprobación de los hombres sino que buscan complacerse a sí mismas y, al hacerlo, resulta que se ganan la admiración de los hombres.

to women's bodies."[44] (Gill, 2017, pág.616). Además, en los contextos mediáticos postfeministas se pone de manifiesto cada vez más la maleabilidad de las presentaciones corporales.

Otra cuestión que reclama un análisis más interseccional de la sensibilidad postfeminista y que, por ende, enriquece su análisis es aquella que tiene que ver con la orientación sexual. El sujeto del postfeminismo suele presentarse como un sujeto de orientación sexual heterosexual. Sin embargo, la representación de mujeres lesbianas y bisexuales solo se encuentra en contextos mediáticos postfeministas. De hecho, "mainstream queer spaces are increasingly shaped by recognizably postfeminist and neoliberal values"[45] (Gill, 2017, pág. 614). De modo que, de alguna forma, se desafía la conformación del sujeto postfeminista como un sujeto heterosexual y se pone de relieve cómo la diversidad también puede ser objeto de instrumentalización de la cultura postfeminista. También cada vez más mujeres de edades más avanzadas son interpeladas por la cultura postfeminista. Sin embargo, "three features of identity that do not seem to have yet been theorized in relation to postfeminism are religion, transgender and disability. It seems important that future research interrogates the extent to which postfeminism relies upon binary and cisgender categorizations."[46] (Gill, 2017, pág. 615)

La construcción, por tanto, de estas nuevas subjetividades femeninas podría inducir de alguna forma la descolectivización del sujeto político colectivo del feminismo, conformado con el objetivo de promover trasformaciones sociales estructurales necesarias para revertir las relaciones asimétricas de género y, especialmente la situación de desigualdad de las mujeres en el orden social. Estos nuevos modelos identitarios promueven, tal como se ha detallado, una subjetividad femenina, centrada en la potencia individual, que rehúsa reconocer la interdependencia y el vínculo, y construye sujetas que se encuentran constantemente interpeladas a cambiar o reforzar su identidad. A través de estas dinámicas individualizadoras se deslegitima o diluyen los fundamentos radicales de la lucha feminista, pues se plantean soluciones de reconocimiento individual a problemas y desigualdades sociales estructurales. Como solución a tales derivas centradas exclusivamente en el reconocimiento de la identidad, se propone:

[44]Una característica clave de la cultura postfeminista es la centralidad otorgada al cuerpo, particularmente al cuerpo de las mujeres.

[45] Los espacios queer dominantes están cada vez más moldeados por valores reconociblemente postfeministas y neoliberales.

[46] Tres rasgos de identidad que aún no parecen haber sido teorizados en relación con el postfeminismo son la religión, las realidades trans y la discapacidad. Parece importante que investigaciones futuras cuestionen hasta qué punto el postfeminismo se basa en categorizaciones binarias y cisgénero.

> no dejar de pensar en un sujeto colectivo, el cual se ha de ir fraguando de forma continua, sin obsesionarnos en el debate identitario de qué es una mujer (debate tan querido, aprovechado y despolitizado por el capitalismo neoliberal) sino en el quiénes somos, quién es ese sujeto colectivo que ha de luchar para resistir y enfrentarse a políticas de precarización material, pero también de falta de reconocimiento. (Bañón, 2020, pág. 195)

En este sentido, Nancy Fraser (2015) propone, a través de su modelo de estatus, compatibilizar un reconocimiento de la igualdad de los interlocutores en la interacción con la redistribución material y de poder para conseguir las transformaciones sociales que demanda realmente el feminismo a fin de subsanar la desigualdad estructural entre hombres y mujeres:

> En la época postfeminista conviven diferentes corrientes y construcciones de las subjetividades. Si bien la predominante es aquella que se alía con el neoliberalismo, también es cierto que otros feminismos emergen para atacar a dicho sistema. Lo que queremos decir es que aún existen posibilidades dentro de la corriente feminista para desarticular la alianza del feminismo mainstream con el neoliberalismo (Medina-Vincent, 2017, pág. 252)

Por último, tras haber analizado cómo las diferentes transformaciones contemporáneas han intermediado e intermedian en la configuración de la presentación y confirmación de la identidad de las personas, especialmente en cuanto a la cuestión del género, parece interesante observar todas estas dinámicas en el ejemplo práctico de las redes sociales como medio social de gran relevancia en las sociedades contemporáneas.

Capítulo 3. Las redes sociales como herramienta neoliberal de (re)producción y/o disolución de las normatividades de género.

1. La cultura digital y las identidades.

En este contexto contemporáneo de sobreesfuerzo por la excesiva carga de responsabilidad que deben soportar los individuos ante el debilitamiento de marcos institucionales y estructuras simbólicas, se generaliza la búsqueda de un relevo que aporte seguridad, protección y reconocimiento a los individuos. Esta situación se ve agravada por un contexto de fomento exacerbado del individualismo, así como de debilitamiento y/o erosión de los vínculos sociales. Los sujetos tienden a buscar ese anhelo de seguridad y reconocimiento de uno/a mismo/a mediante herramientas contemporáneas como las redes sociales. Estas se conforman como herramientas que median de forma inherente la interacción social e incluso la construyen, diferenciándola de aquella que se desarrolla en el mundo off-line. En las redes sociales se ponen en juego los procesos de reconocimiento y confirmación de la propia identidad mediante los perfiles virtuales que han de elaborarse para participar en ellas, en donde la percepción del otro/a adquiere mucha importancia. Así, surge:

> "un nuevo sujeto ya no sujetado a la identidad pero formateado por el neoliberalismo en el sentido de que aún en la incertidumbre y en la performance subsiste el deseo de ser, un yo que no se contenta con que su presencia manifieste su búsqueda en el momento en que la expresa, sino que sigue anhelando decir un yo mismo. (Leyva, 2015, pág. 259)

Algunas perspectivas como la de Rodríguez (2003) apuntan que, en este contexto de desaparición de las estructuras simbólicas que aportaban seguridad, los sujetos tratarían de desarrollar un relato de continuidad de sus identidades a través de la reflexividad y la negociación continua en la interacción social con otros individuos.

Es importante puntualizar que este trabajo no explora cómo el desarrollo de la tecnificación en la modernidad más reciente puede tener como efecto la configuración de vínculos e identidades cada vez más líquidas o fluidas, sino reflexiona sobre los efectos que la nueva cultura digital puede estar teniendo en la configuración del propio *self* y analiza, especialmente, sus efectos en la reificación del género. Tal como sostiene Dessal (2020) es interesante destacar que la nueva cultura digital, a través de los diferentes dispositivos electrónicos mediante los que se desarrolla, puede generar un cierto bienestar en los sujetos pues posibilita la configuración de "formas de vida imaginarias, identidades simuladas, fabricadas con la materia de los deseos, que interactúan con otras formas de vida semejantes sin entrañar demasiados riesgos" (pág.

32). Se desvela como un espacio de refugio que calma la angustia, una fuente de conectividad y sociabilidad que permite establecer vínculos de bajo riesgo. Sin embargo, el hecho de que las identidades simuladas sean objeto de una mayor reflexividad y cuidado no tiene por qué traducirse en que sean más artificiales que las que se ponen en juego en el mundo offline. No se trataría tanto de una cuestión de realidad o simulacro lo que diferencia los dos registros de relación, sino, más bien, la dimensión efímera de la realidad virtual, su capacidad de llegar a muchas personas con solo un clic, y, por tanto, su amplitud social, etc. No obstante, también constituye una barrera invisible que separa a los individuos, es decir, paradójicamente fomenta una hiperconectividad que desconecta, pues los sujetos al tener acceso a una conexión continua virtual pueden llegar a sustituir los encuentros presenciales con sus iguales por la conectividad virtual que les otorgan las plataformas digitales. Así, de alguna forma, se desconectan de la relacionalidad offline, tal como la entendemos, con sus encuentros y contactos físicos entre diferentes personas

Por otro lado y retomando las reflexiones de Bauman (2010) acerca del mundo virtual como medio de experimentación de la identidad, el compromiso con una sola identidad durante un largo periodo de tiempo, en el caso en la modernidad tardía, es algo que puede resultar arriesgado, debido a la gran variedad de estímulos recibidos de forma constante que invitan a (re)negociar la identidad. Así, se fomentaría moldear constantemente la identidad. Por ello, el desempeño de las identidades se complica aún más en entornos digitales, pues a las contradicciones características de las propias identidades en el mundo real se suma un trabajo continuo de autorregulación proveniente de la autoobservación y autoescrutinio que permiten estos formatos. Se podría sostener que se intensifica o se refuerza el proceso por el que los sujetos se convierten en objetos para sí mismos y en observadores de sí mismos.

Precisamente la autobservación continua ha impactado en los procesos de construcción del autoconcepto de las personas. Las redes sociales posibilitan que las personas puedan verse desempeñando diferentes roles, facilitando la construcción de una idea sobre quién se es. Tal como se ha ido planteando, la identidad de las personas procede de aquello que se (re)presenta hacia los demás. Es por ello que la presentación de uno/a mismo/a y su gestión resulta crucial para su configuración. De ahí, que los perfiles virtuales que se construyen en las redes sociales para presentarse ante los demás posean una gran relevancia para el estudio de la conformación de las identidades en la contemporaneidad. Además, tal como propone Amparo Lasén (2018), los individuos actúan como prosumidores, es decir, consumen y producen a la vez contenido digital.

Por tanto, las redes sociales, al incorporarse a las prácticas cotidianas de los individuos, han provocado que estos existan y/o habiten en un mundo hiperconectado que se desarrolla como un híbrido entre las dimensiones *online* y *offline*, en donde se fusionan e incorporan los múltiples lenguajes y subjetividades. Como efecto de la interacción entre ambas dimensiones surgen nuevos géneros discursivos como la (auto)representación, la cual se encuentra culturalmente reconocida y codificada, de modo que impone ciertas convenciones o normatividades. Este género discursivo se ha impuesto como modo de participar y/o existir en la realidad virtual. Redes sociales o apps como *Tinder* o *Facebook* demandan estas (auto)representaciones a sus usuarios/as, y su funcionamiento o papel que desempeñan presenta un cierto paralelismo con el marketing que se despliega en una campaña publicitaria cuando se trata de comercializar un determinado producto. Es decir, fomentan una mercantilización del yo, de modo que el propio *self* se transforma en un producto de venta que promocionar a los demás.

Las plataformas digitales, al ayudar a difundir (auto)representaciones de los sujetos, se configuran "como un punto básico en la construcción de identidades, estableciendo finalmente un nosotros y un ellos, en conexión con los roles sociales y en dependencia del contexto político y económico, convertidos en objeto de pugna." (García Jiménez y Núñez Puente, 2008, pág. 41) La influencia de las tecnologías en red en los procesos de configuración identitaria traería consigo la conformación de identidades más fluidas y fragmentadas, posibilitando también el afloramiento de nuevas y alternativas formas de identidad. En concreto, se sostiene que los entornos virtuales posibilitan expresar diversos aspectos de las identidades que mediante otras vías resulta más difícil explorar, por lo que permiten experimentar con ellas y conformar otras nuevas. No obstante, y en sintonía con el enfoque de Kennedy, retomado por García Jiménez y Núñez Puente (2008), los individuos en los entornos *online* no gozarían de una identidad virtual fragmentada sino que esta sería estable. Se tratarían de ciberidentidades unificadas.

Otro efecto importante que tendrían las redes sociales es que incentivarían la comparación social, mediante la que los sujetos buscan información que aplicar a sí mismos en el entorno cercano, especialmente en su grupo de iguales, y la incorporan a su propia identidad. Del mismo modo, también las redes sociales posibilitan lo que Renau, Carbonell y Oberst (2012) plantean con el concepto del *memory scanning*, el cual hace referencia a que los sujetos tienden a buscar información en la memoria, con el objetivo de reafirmarse en la idea que han configurado sobre lo que sería su propio autoconcepto. Mediante las redes sociales este proceso se desarrollaría de forma constante ya que cada vez que los sujetos acceden al perfil virtual construido se

adquiere una idea de lo que se está proyectando sobre ellos/as mismos/as ante los demás; así, esto supone un recordatorio y una reafirmación sobre su propio *self*.

Tal como se ha ido refiriendo la identidad tiene que ver no solo con aquello que los individuos piensan que son sino también con cómo los/as otros/as los ven y reconocen. Es decir, la intersubjetividad desempeña un papel fundamental, ya que las personas construyen sus identidades en los constantes procesos de negociación de sentido que tienen lugar en la interacción social con los/as otros/as. Así, la identidad es co-construida socialmente en un proceso público. Con el desarrollo de las nuevas tecnologías digitales los individuos experimentan una intensificación de estas dinámicas; de hecho, la configuración se torna más reflexiva, premeditada y ajustada a los requerimientos de un mercado de "miradas", "seguidores/as", etc. La identidad, según el pensamiento de Sibilia retomado por Barreneche (2019), se consolida como una construcción subjetiva *alterdirigida,* la cual está enfocada hacia los demás; se construye para y por los/as otros/as.

Otra cuestión importante tiene que ver con cómo el entorno virtual ofrece múltiples oportunidades para intensificar los procesos reflexivos que posibilitan la construcción de la identidad. Las redes sociales demandan a los/as usuarios/as la elaboración de biografías en los perfiles virtuales mediante las que presentarse ante los demás. Y, también permiten observar las interacciones sociales, las negociaciones y reconocimientos que surgen entre los diferentes usuarios/as, todos ellos imprescindibles para la configuración de las identidades. Se podría hablar de una reflexividad on-line que tendría como resultado procesos de construcción de sentido en los que la identidad on-line y off-line estarían estrechamente conectadas; de hecho, ambas tendrían que guardar una cierta coherencia entre sí.

Por otro lado, dado que las redes sociales permiten crear, editar y borrar los perfiles virtuales que se van construyendo, se podría sostener que se desarrollan perfomances de forma constante. Esto es, en las (auto)representaciones que los sujetos van elaborando en los perfiles virtuales de las redes sociales siempre se está decidiendo qué aspectos del yo representar o proyectar y cómo hacerlo. Los contenidos autoreferenciales publicados y compartidos en los entornos virtuales conforman un yo del ciberespacio que supuestamente trata de representar al yo real existente en la realidad off-line. Sin embargo, no se garantiza que el yo del ciberespacio sea una copia exacta del yo off-line y, por ende, no necesariamente se refleja la realidad tal cual es, sino que se puede mostrar parte de ella o casi nada. Por tanto, la constitución del yo siempre es frágil e incluso quizás se ajuste más a la realidad hablar de autoficciones del

yo; “es decir, producciones semióticas autoreferenciales que producen ciertos efectos de sentido según las intenciones estratégicas de quienes las enuncian.” (Barreneche, 2019, pág. 83). En cambio, algunas propuestas como la de Renau, Carbonell y Oberst (2012) sostienen que, en realidad, la identidad que se proyecta en las redes sociales no tiene por qué hacer referencia a una identidad fragmentada, sino que más bien se trataría de que existen diferencias entre cómo los individuos se presentan en el mundo on-line y off-line.

En ese marco, la literatura debate si lo que se (re)presenta en el entorno virtual constituye una visión idealizada del yo o si realmente refleja la realidad. Es decir, si nos encontramos ante identidades digitales idealizadas o ante una prolongación de la vida real. Algunas propuestas como la de Back et al. (2010) recogida por Barreneche (2019) sostienen que los perfiles virtuales creados en las redes sociales no se emplearían para reproducir una identidad virtual idealizada sino que se trataría de un medio para expresar la propia personalidad del sujeto. Otros enfoques apuntan que las identidades on-line constituyen una continuación de las identidades off-line; por tanto, no se tratarían de versiones reconfiguradas de las identidades de la realidad off-line. Por eso, en el análisis de las identidades on-line, es necesario explorar también los entornos off-line.

García Jiménez y Núñez Puente (2008) proponen que existirían en el ciberespacio diferentes tipos de identidades, las cuales serían textuales, ya que tanto el texto como las representaciones audiovisuales se han convertido en fuentes clave de producción de significados de género, sexualidad, subjetividad e incluso deseo. Por un lado, estarían las identidades coincidentes, las cuales harían referencia a aquellas personas que presentan los mismos comportamientos y formas de hablar tanto dentro como fuera del ciberespacio, aunque presentarían una mayor intensidad debido a la aceleración propia del entorno virtual. Después, se encontrarían las imaginarias que surgirían cuando los sujetos se inventan una personalidad que no tendría relación con lo que realmente es el propio individuo en el mundo off-line. Por último, se encontrarían las simbólicas que permitirían transmitir una imagen mucho más real y cercana de la que se daría fuera del entorno virtual.

Las identidades contemporáneas son resultado de procesos dinámicos de negociación y equilibrios de poder que implican ya no solo a los propios individuos sino también a los objetos que conforman el medio material en el que estos interaccionan. Por tanto, es importante analizar cómo participan los dispositivos móviles en las (re)construcciones de las identidades de los sujetos. Para ello, es imprescindible la consideración de estos objetos como tecnologías que mediatizan la expresión, experiencia y comunicación de

sentimientos y emociones. Tal como Lasén (2009) señala, podrían identificarse tres aspectos en esta participación: “la mediación, la agencia compartida entre personas y móviles, y su relación con el cuerpo.” (pág.3)

El hecho de desarrollar nuevas prácticas mediáticas empleando antiguas estrategias o discursos, interacciones etc. pero con nuevas herramientas digitales tales como móviles, aplicaciones en la red, etc. promueve la creación de nuevos significados y subjetividades implicados en actividades e interacciones similares. Así, por tanto, las nuevas tecnologías en red participan en los procesos de conformación de las identidades de los sujetos mediante su influencia en los procesos de individuación, (auto)representación y reconocimiento. E interfieren e impulsan los procesos de subjetivación debido a que facilitan que el individuo reflexione sobre sí mismo. Por tanto:

> Internet aparece como una auténtica industria de las identidades y un espacio de la subjetivación, de tipo post-corpóreo, en el que se difuminan los límites de lo real y de lo que no es, de la simulación y de la realidad. (García Jiménez y Núñez Puente, 2008, pág. 55)

Teniendo en cuenta la (auto)representación como género discursivo que promueven las redes sociales y cómo esta cuestión fomenta la transformación de las identidadess en productos que comercializar, resulta preciso explorar las conexiones que estas dinámicas presentan con la racionalidad neoliberal, especialmente, debido a que dichas plataformas digitales surgen del y/o dentro del propio sistema de mercado. .

1.1 Las redes sociales como espacio neoliberal de presentación especular y mercantilización del yo.

Tal como se ha ido detallando, la racionalidad neoliberal se caracteriza por su capacidad para expandirse más allá del ámbito económico y colonizar hasta las facetas o áreas más íntimas de los sujetos como es la conformación de las propias identidades. El concepto del marketing del yo permite hacer referencia a cómo se impone a los individuos la obligación de producir una autenticidad propia que les permita venderse en el mercado de los autorreflejos. Así, se extiende el imperativo en la contemporaneidad de producir una autenticidad propia, fundamentada en el mandato del ser uno/a mismo/a, que posibilite la diferenciación, en términos de marca personal, con respecto al resto de sujetos. Esta cultura de la autenticidad personal, tan aclamada por la racionalidad neoliberal, es constantemente promocionada por las redes sociales; y surgiría como resultado de un proceso de negociación con los/as otros/as, y de constantes decisiones y elecciones.

Para ello, la apariencia on-line pasa a ser más moldeable que la apariencia off-line. Y los límites entre lo público y lo privado se desvanecen en el entorno virtual pues se difunden aspectos pertenecientes a la intimidad de los sujetos. Se antepone la comunicación a la privacidad. Las redes sociales se emplean como redes de comunicación entre diferentes usuarios/as; sin embargo, también se intercambian ingentes cantidades de datos e información pertenecientes a dichos usuarios/as que poseen un gran valor comercial y de control sobre los propios sujetos. (Pagador y Llamas, 2014)

En el análisis de las identidades digitales se desvela precisamente la importancia de su gestión, la cual persigue la adquisición de una mayor visibilidad en el entorno virtual que posibilite al usuario/a llegar a más usuarios/as. Las redes sociales digitales constituirían así un dispositivo de subjetivación neoliberal, pues emulan una lógica de promoción o de mercantilización del yo equivalente a la promoción de un producto comercial. Dicha promoción del yo que se emplea en las redes sociales presentaría un cierto paralelismo con los discursos neoliberales fundamentados en la exaltación del individuo como gestor de su propio capital humano. El individuo debe autogobernarse para sacar lo mejor de sí, o lo que es lo mismo, para ser competitivo en el mercado. Tal como retoma Zamora García (2019), las redes sociales reflejan la influencia en la cotidianeidad de la retórica neoliberal acerca de la consideración del individuo como una marca y una empresa de sí mismo. Esta idea de la identidad como mercancía se plantea desde dos ópticas:

> La primera de ellas tiene que ver con una autocomprensión de la identidad que se encuentra mediada por el consumo de bienes e imágenes, es decir, basada en la apropiación de las características de estas mercancías. La segunda de las ópticas es distinta, y tiene que ver más con considerar nuestra propia identidad como una mercancía, es decir, con la reorganización de nuestras vidas, identidades y relaciones de acuerdo con el modelo de las relaciones de mercado. (García, 2018, pág. 245)

Si el individuo se entiende a sí mismo metafóricamente como una empresa en el mercado, debe asumir la responsabilidad de promocionarse y darse a conocer mediante dichas plataformas digitales. Sin embargo, siguiendo el análisis foucaultiano del neoliberalismo, esto no significa que toda aparición del sujeto en el entorno virtual implique automáticamente una mercantilización del yo, sino que, tal como planteábamos rescatando el pensamiento de Butler (2004), el sujeto es un participante activo en la configuración de su propia identidad, con capacidad de agencia, aunque esta esté sujetada al marco limitado en el que este se desarrolla. Esta concepción permite integrar

el desarrollo de acciones subversivas, ya que la reflexividad que posibilitan las redes sociales posibilita también la negociación o discusión de los propios marcos de subjetivación en donde los individuos se desarrollan. Del mismo modo, la normatividad y/o mandato neoliberal se infiltra en la cotidianeidad de las personas mediante las estrategias de adaptación que emplean los propios sujetos para adaptarse y, así, sobrevivir en dichos entornos sociales potencialmente excluyentes.

Por tanto, es imprescindible tener en cuenta la ambivalencia del espacio digital en donde cohabitan prácticas que contribuyen a reificar la identidad de los individuos mediante su conversión en un producto que promocionar junto con la aparición, debido a la naturaleza participativa de las redes sociales que promueve la intersubjetividad y la constante negociación con los otros, de nuevas formas de presentación del yo que pueden llegar a subvertir y/o disputar los ideales normativos. De hecho, las redes sociales se han constituido también como un espacio de debate sobre problemáticas sociales contemporáneas. Estas funcionarían no solo como herramienta de difusión de determinados discursos ideológicos que fomentan determinadas normatividades sino también como espacio de desarrollo de contranarrativas que tratan de promover nuevas subjetividades. No obstante, estas nuevas formas de acción también pueden ser apropiadas y/o instrumentalizadas por la lógica de mercado y, por ende, despojadas de su valor transformador, por lo que es imprescindible someterlas a análisis exhaustivos.

Otra cuestión importante a abordar es la configuración de las redes sociales como espacio especular del yo ya que han fomentado una tendencia hacia la exhibición sistemática de un yo hipertrófico y estilizado. Es decir, han favorecido una cierta hipertrofia, amplificación o hipervisibilidad del yo, provocando una transformación y conversión de las identidades en (re)presentaciones que los/as usuarios/as promocionan para atraer la mirada de los demás. Tal exhibición del yo no es un simple reflejo de la realidad off-line sino que constituye un retrato construido, seleccionado y estilizado del individuo y sus experiencias, de modo que la propia experiencia vital llega a ser modelada. En los entornos virtuales las identidades funcionan como mapas de deseos pero también de frustraciones permanentes.

Los individuos deben llevar a cabo un exhaustivo proceso de selección de aquellos rasgos de sí mismos que les puedan proporcionar una imagen socialmente deseable, así como un proceso de ocultamiento de aquellos otros aspectos de sí mismo que no resulten atractivos. Esta selección de rasgos que proyectar en los perfiles virtuales se hace de acuerdo a la norma cultural predominante en la contemporaneidad que impone aquello que supuestamente debe resultar más deseable o atractivo para los demás con

el objetivo de conseguir cierto reconocimiento y/o aceptación. A través de un proceso de estilización de lo que son los individuos y de performances online los sujetos van conformando su mejor yo que persigue un reconocimiento de cierto código estético institucionalizado socialmente.

> Estas reflexiones sobre la estilización que sucede en las prácticas de autorepresentación on-line abren el campo para un análisis de la normatividad presente en tales prácticas, las que, a pesar de parecer espontáneas, están guiadas por códigos estéticos y éticos que se reconocen en la cultura: existen normas vinculadas con una forma particular de hacer y, por lo tanto, dependientes de variables socioculturales, que determinan qué es pertinente, adecuado o deseable, y qué no. A través del reconocimiento de esas normas y de la acción en base a ellas, estas se perpetúan y se institucionalizan. (Barreneche, 2019, pág. 86)

Tal como plantea García (2018), retomando el pensamiento de la antropóloga Paula Sibilia, este tipo de construcción de la identidad fundamentada en la narración de la intimidad ha sido una técnica habitual a lo largo del tiempo.. Aunque, lo que caracteriza a la contemporaneidad es que dicha construcción narrativa de la intimidad se hace enfocada a los demás, hacia la sociedad en su conjunto con el claro objetivo de captar la atención del mayor número de personas, es decir, de alcanzar una gran visibilidad. Es así como se originaría un límite borroso y/o difuso entre ser visto en las redes sociales y existir, de manera que no estar en las redes sociales o fracasar en ellas sería lo mismo que no existir; esto es, se produciría una especie de muerte simbólica. Esto conecta con la necesidad de reconocimiento que caracteriza a la contemporaneidad posmoderna.

Remedios Zafra (2015) plantea que la mercantilización de la identidad y la conquista de una mayor visibilidad en redes tendrían su origen en el desplazamiento que ha traído consigo la contemporaneidad de la responsabilidad al propio sujeto de venderse como fuerza de trabajo. El individuo pasaría a ser empresario de sí mismo y promotor activo de su propia marca.

> Las nuevas formas de aparición online constituyen un buen ejemplo de cómo la ideología espectacular nos invita a estructurar nuestra identidad alrededor de una ficción reguladora simbolizada por la categoría mercancía, adoptando una forma de relación con los demás basada en representarnos a nosotros mismos a través de signos que atraigan la mirada. Así, dicha ideología espectacular se manifestaría en la promoción de un modelo subjetivo que responde a una lógica

> instrumental y competitiva cuyo objetivo es aumentar nuestro propio valor, medido en términos de visibilidad. (García, 2018, pág. 246)

De este modo, podría sostenerse que las redes sociales están catalizando la lógica mercantil del capitalismo avanzado. Por un lado, a través del modo en que los sujetos se esfuerzan en acumular una especie de capital social digital como estrategia para aumentar el valor de su marca (de su sí mismo), en forma de acumulación de "likes" y visualizaciones. Por otro, la mercantilización del yo también implica la construcción de un yo virtual que se asemeje o que posea aquellas actitudes, deseos o expectativas más populares. Así, la competición o la seducción para ser más exitosos/as en el mercado se traslada a aspectos cotidianos como los objetos personales, el ocio, así como las propias opiniones de los sujetos, pues en tanto que signos con valor simbólico posibilitan adquirir valor en la escala social. Por ello, es importante analizar las imágenes que se emplean en la elaboración de los perfiles virtuales, por su valor simbólico y porque mediante ellas se plasman objetos, viajes, opiniones, etc. que tratan de aumentar el reconocimiento de los/as otros/as así como la deseabilidad y/o valor social.

En cuanto a la elaboración de perfiles virtuales, Lasén (2012) plantea cómo esta acción conlleva "una pluralidad de actividades y formas de conocimiento social: como relaciones de género, encarnación y formas de hacer y habitar el cuerpo (*embodiment*), pericias tecnológicas, reglas de etiqueta, habilidades lingüísticas, creatividad personal y colectiva, o gestión emocional." (pág.5). A través de las autofotos que se exponen en dichos perfiles virtuales o aquellas que se intercambian entre usuarios/as se está, no solo (re)presentando a uno/a mismo/a ante los demás, sino que se inscriben y se (re)configuran a los propios cuerpos en las plataformas digitales, mediante no solo el intercambio de las fotos sino los comentarios que se reciben sobre ellas. Tal como sostiene Lasén (2014), al participar en la conformación y establecimiento de las relaciones entre los sujetos y en la configuración de sus identidades, las tecnologías están remediando estos procesos, entendiendo el término remediación desde el planteamiento de Bolter y Grusin como:

> Entorno mediático donde unos medios son traducidos por otros medios, donde unos medios son el contenido de otros, donde unos nuevos medios toman el relevo de las mediaciones operadas por los anteriores, obligando a éstos a reposicionarse en un cambiante entorno mediático. (Lasén, 2014, pág.22)

Tras lo planteado, por tanto, las redes sociales podrían ser consideradas "como espacios atravesados por una ideología que invita a construir la identidad alrededor de una ficción reguladora simbolizada por la categoría de mercancía." (García, 2018, pág.

247). No obstante, estas no solo afectan o influyen en los procesos de configuración de las identidades sino que también intermedian en el establecimiento o construcción de vínculos sexo-afectivos entre diferentes sujetos. Debido al carácter relacional de las identidades y la importancia que tiene en su conformación el otro y su reconocimiento es preciso explorar y ahondar en la mediación de los entornos digitales en la conformación de vínculos sociales y afectivos.

2. Tecnologías afectivas en la pantalla postcapitalista.

Las posibilidades y oportunidades de establecer relaciones sexo-afectivas se amplían y globalizan desde la aparición de las nuevas tecnologías, debido a su funcionamiento como plataformas de contactos. Las características propias de la virtualidad (y de estas plataformas) atravesadas por la contemporaneidad neoliberal posmoderna pueden provocar ciertos impactos y/o transformaciones en la forma de establecer y/o configurar las relaciones afectivas. Por ello, se trata de identificar y explorar qué tecnologías afectivas operan en estos entornos.

A pesar de que en el contexto de la contemporaneidad los sujetos parecen haber superado el mito del amor romántico, antes mencionado, entendido como un vínculo trascendental, inconmensurable y duradero, se aprecia, sin embargo, simultáneamente, que la necesidad de encontrar y establecer vínculos con un/a otro/a significativo que aporte certidumbre se refuerza en un contexto tan incierto como el contemporáneo. Así, se observa el surgimiento y/o la conformación de nuevos espacios, tiempos y símbolos del amor. Específicamente, el amor a través de las nuevas tecnologías se comunica mediante imágenes, intercambiando conversaciones e ideas a distancia. Es decir, construyendo un intercambio, circulación y consumo de representaciones amorosas. De este modo, la dimensión performativa se torna imprescindible en esta nueva modalidad del amor.

Esto demuestra, por un lado, cómo el contexto de colonización neoliberal ha conseguido explotar e instrumentalizar (mercantilizar) el amor como objeto que se moviliza en las relaciones humanas con fines comerciales, al igual que ha sucedido con otras facetas íntimas de los individuos, tal como se mencionaba antes.

> “La mercantilización del amor” se refiere al proceso mediante el cual las prácticas amorosas se van asimilando y entrelazando cada vez más con el consumo de las tecnologías y los artículos dedicados al ocio que ofrece el nuevo mercado masivo de esa época. (Illouz, 2009, pág. 50)

Illouz (2009) sostiene que existirían tres conexiones entre la producción y consumo de bienes y servicios, por un lado, y el amor romántico en la modernidad tardía, por otro. La primera conexión surge de la difusión de los significados culturales asociados al amor romántico. Esta difusión se consigue a partir de la codificación y materialización de significados en valores y productos del mercado como libros, publicidad, etc. La segunda conexión proviene de las citas entre los diferentes participantes de las relaciones amorosas. Los sujetos desarrollan rituales amorosos mediante el consumo de diferentes productos y/o servicios y experiencias. Por último, la tercera conexión se relaciona con el ámbito de las elecciones amorosas; en concreto, con cómo estas están influidas por los diferentes capitales de diversa índole que posean los individuos.

Dichas conexiones señaladas ponen de relieve que tanto el amor romántico como las prácticas sociales que se asocian a él asumen el lenguaje mercantil; es decir, el mercado se convierte y/o impone el marco sociocultural en el que se desarrollan las relaciones amorosas. Así, las emociones, tal como se detallaba con anterioridad, se convierten en activos económicos de los que extraer beneficios económicos. De hecho, el amor se configura como el principal objeto de consumo, así como de representación de las relaciones sociales que se desarrollan en la contemporaneidad. Además:

> lo interesante de la relación amor-mercado no está en lo económico, sino en un tipo concreto de práctica que lleva a la interacción social y donde el mito, es decir, la explicación, es sólo la verbalización semántica de un ritual socio-económico establecido como un culto. (Anta Félez, 2016, pág. 84)

Así, en el contexto de la contemporaneidad, tanto el amor como cualquier otra emoción no se puede vivir si no es asociado a experiencias de consumo y rituales y prácticas de mercado. Además no se trata tanto de:

> Un mito-rito en forma de espectáculo, sino de un verdadero anhelo social, un constructor de *verdad* y, consecuentemente, uno de los pilares políticos por excelencia. Nuestra sociedad al final no puede vivir fuera del mercado, como los sujetos no lo pueden hacer fuera de las ideas subjetivas que vehiculamos con el amor. (Anta Félez, 2016, pág. 84)

Por tanto, aunque el repertorio del amor romántico entraría supuestamente en contradicción con las normas de relación y las tramas del sentir neoliberal, pues “el amor romántico no es racional sino irracional, no es lucrativo sino gratuito, no es utilitario sino orgánico, y no es público sino privado” (Illouz, 2009, pág. 19); se observa como el postcapitalismo ha conseguido instrumentalizar y apropiarse del amor para sus propios intereses mercantiles. Esto es, gracias a su carácter adaptativo, la racionalidad

neoliberal ha sido capaz de apropiarse de ciertos motivos que articulan el imaginario amoroso y de atender a la demanda de certidumbre de los individuos con el objetivo de apuntalar su existencia. Para ello, ha configurado e impuesto unas normas del sentir (Hochschild 2008) amorosas mediante las que exaltar sus principales motivos. Mediante tales normas entendidas, tal como se planteaba antes, como the act of evoking or shaping, as well as suppressing, feeling in onself.[47] (Hochschild, 2008, pág. 561), se busca que los/as sujetos/as desarrollen un trabajo emocional a partir del que se autogobiernen. Esas nuevas normas del sentir neoliberales, se fundamentan en un individualismo exacerbado y promueven relaciones meramente instrumentales, donde el otro es un mero instrumento accesorio para satisfacer las necesidades propias. El amor (y el/la otro/a) se convierte en un objeto de consumo para cubrir las necesidades afectivas propias. Es más, parece que se materializa en un objeto hedonista de placer, que es imprescindible consumir para ser feliz. Así, este nuevo modelo relacional "ha hecho de la implicación a la larga algo difícilmente esperable, y (…) ha trocado el deber de ayudarse mutualmente <pase lo que pase> en una perspectiva poco realista e indigna de grandes esfuerzos." (Bauman, 2021, pág. 109)

Por otro lado, ha provocado que en esa búsqueda de satisfacción de las propias necesidades, los individuos actúen como consumidores buscando la mejor opción posible de compra. "En vez de dejarnos sorprender por un sentimiento y tomar decisiones intuitivas, pensamos de manera racional, como consumidores" (Strömquist, 2021, pág. 28) Esto provoca que ninguna opción sea del todo óptima, pues siempre puede existir una opción mejor, que sea más compatible. Por eso, los/as consumidores se enredan en una rueda de consumo interminable de rituales amorosos, buscando aquella opción imposible que sea capaz de cumplir con todas sus expectativas amorosas. La búsqueda de una pareja estable se extiende más allá de encontrar a alguien que agrade e implica, también, que sea compatible y satisfaga unas aspiraciones emocionales cada vez más intensas y elaboradas. Los/as consumidores (los/as amantes) se tornan más exigentes en sus elecciones y persiguen, además, una reciprocidad en la implicación afectiva constante, sometida a un cálculo exhaustivo. De este modo, la búsqueda del amor se convierte en un proceso racionalizado y exhaustivamente calculado, lo que dificulta e incluso podría inhibir precisamente la capacidad para comprometerse con un único objeto en un solo vínculo. Esto mismo ocurre con la posibilidad de enamorarse, de construir ese vínculo emocional certero

[47] El trabajo emocional difiere del "control" o "supresión" de las emociones. Los dos últimos términos sugieren un esfuerzo meramente por sofocar o impedir el sentimiento. "Trabajo emocional" se refiere más ampliamente al acto de evocar o dar forma, así como de suprimir, sentimientos en uno mismo.

que tanto se anhela. “La obtención de motivos o razones en el proceso para la toma de decisiones puede provocar una pérdida de la conexión con la capacidad de reaccionar emocional o intuitivamente, ya que, al efectuar una introspección, se divide al estímulo en distintos atributos” (Illouz, 2012, pág. 128), lo que puede provocar una mitigación de los aspectos positivos observados en la potencial pareja.

Con el advenimiento de Internet y el uso masivo de las nuevas tecnologías (redes sociales y de contacto) se produce una intensificación de recursos para la elección, ya que se incrementan la cantidad de parejas potenciales disponibles que puedan satisfacer esas expectativas amorosas tan intensas y exigentes. Según Illouz (2012), este método hipercognitivo y racional para la elección de pareja se desarrolla mediante procesos de intelectualización de la propia experiencia, la administración racional del flujo constante de posibles candidatos/as mediante técnicas estandarizadas, y por medio de la hipervisualización de los perfiles de dichos/as candidatos/as, que provoca que todos/as ellos/as sean conmensurables, es decir, susceptibles de ser medidos/as y comparables entre sí, así como que los gustos personales se especifiquen y se refinen, aumentando la exigencia en las elecciones y que estas sean más conscientes y normativas. De modo que este método fomenta la aparición de nuevas formas de jerarquizar a los/as candidatos/as, pues, además, se promueve un marco en donde se miden los méritos y/o capitales de cada candidato/a mediante la consecución de *likes*. “El mundo de Internet se organiza como un mercado, donde es posible comparar los “valores” asignados a cada persona y optar por “la mejor oferta””. (Ilouz, 2012, pág. 239)

Sánchez Escárcega y Oviedo Estrada (2005) añaden que las características propias y las condiciones que imprime la virtualidad de aparente sinceridad y autenticidad pueden provocar una tendencia a idealizar estas relaciones, promoviendo que :

> sean emocionalmente más significativas, pues carecen de los elementos yoicos que tradicionalmente aparecen en las relaciones frente a frente (en las cuales predomina el juicio y la prueba de realidad), a la vez que estimulan, recrean y satisfacen diversas fantasías inconscientes, como ver y ser observado, deseos incestuosos, edípicos, de escena primaria, etcétera. (pág. 51)

Por otro lado, el anonimato que permiten las nuevas plataformas digitales de contacto y/o aplicaciones de citas promueve la posibilidad de conectar más fácilmente, especialmente si se comparten inquietudes y/o necesidades similares, ya que es mucho más sencillo expresarse y exponerse emocionalmente a los demás protegidos/as detrás de una pantalla. Por ello, se conforma un imaginario social de relación amorosa siempre placentera, intensa y gratificante, en donde la satisfacción sexual ocupa una posición

central (aunque esta se entienda y siga experimentándose desde una visión androcéntrica y normativa). Además, “vivimos en una sociedad totalmente dominada por el rendimiento y el <poder>, e incluso el amor se convierte en objeto de rendimiento: podemos crear una relación feliz, sin elementos negativos, gracias a nuestra propia conducta.” (Strömquist, 2021, pág. 111) De modo que conseguir esa relación amorosa placentera es una responsabilidad individual del/a sujeto/a que debe esforzarse y dar todo de sí para cumplir satisfactoriamente con esa tarea. Por tanto, los fracasos en las vinculaciones amorosas tienen un impacto en el propio autoconcepto y pueden debilitarlo, pues llevan a un autocuestionamiento, a desarrollar procesos de introspección buscando una respuesta y/o explicación a dichos fracasos, obviando el carácter social y relacional del propio proceso de emparejamiento. Asimismo, la búsqueda de una potencial pareja ubica al sujeto/a, en este mercado del amor y de los afectos, en clara competencia con las otras personas que poseen la misma motivación, reforzando la idea de que es una posibilidad y obligación esforzarse por mejorar los propios capitales con los que se compite en dicho mercado, así como que la pareja real o potencial es intercambiable y mejorable. Esto es, la colonización neoliberal de las relaciones amorosas con la consecuente mercantilización de las mismas promueve que estas estén intermediadas por las tecnologías de la intercambiabilidad, las cuales permiten aumentar la cantidad de opciones disponibles, cambiar rápidamente de opción de pareja y establecer los criterios para comparar unos/as candidatos/as (opciones) con otros/as.

Esto último puede provocar que los vínculos amorosos intensos intermediados por la virtualidad también se conviertan en efímeros y menos íntimos, pues, al ser más susceptible de cambiar rápidamente el objeto amado, promueven una especie de “zapping emocional” y tienden a consumirse y consumarse momentáneamente. De modo que los/as sujetos/as contemporáneos se vinculan “*sin correr riesgos*, protegidos por el convencimiento de que siempre es posible volver a ir de compras a ese mercado.” (Bauman, 2021, pág.108)

Este entramado de diferentes realidades provoca, tal como apunta Anta Félez (2016), que los/as sujetos/as contemporáneos puedan experimentar una ambivalencia con respecto al amor. Por un lado, parece que estos/as configuran y/o se ven como nuevas generaciones post-románticas, en donde se supone que se ha superado el mito del amor romántico. Por otro, asisten a la (re)creación y ampliación de nuevos espacios, tiempos, significados y símbolos del amor que permiten cuestionar los antiguos modelos relacionales y familiares, abriendo incluso nuevos caminos de exploración de la sexualidad. Sin embargo, mientras parece que los/as amantes contemporáneos han

adoptado una posición menos normativa y/o diversa en la experimentación del amor, se observa que las condiciones de la contemporaneidad que producen altas dosis de individualismo, inestabilidad y relaciones líquidas provoca que los individuos también crean (e incluso aspiren), simultáneamente, que de alguna forma existe un ““amor verdadero”, una suerte de arte del amor” (pág. 81)

Un último aspecto importante a resaltar, especialmente, debido al impacto que pueden tener estos nuevos modelos de vinculaciones afectivas en la configuración del propio autoconcepto e identidad a causa de su carácter intersubjetivo tiene que ver con cómo en la modernidad, la sexualidad y el amor se transforman en componentes significativos del valor propio o individual. A pesar de que la sensualidad o eroticidad puede haberse configurado como un factor de atracción y de amor muchos años antes, es en la modernidad cuando se constituye como criterio legítimo y categoría cultural generalizada para la evaluación del objeto amoroso, donde una amplia organización socio-económico-cultural codifica el atractivo sexual. Además, el valor social en la modernidad reviste naturaleza principalmente performativa, o sea, que se logra en el curso de la interacción con otras personas, en donde a través de la mediación de la mirada ajena se realza la imagen de sí. En consecuencia, el carácter del valor social es incierto, pues se encuentra sometido a un proceso constante de negociación, de modo que la experiencia amorosa parece otorgar un anclaje firme para el reconocimiento y la construcción y estabilización de valor propio y social. Por tanto, en el lazo erótico-romántico moderno lo que está en juego es el yo, con sus emociones, su interioridad y, sobre todo, el reconocimiento (o la falta de reconocimiento) por parte de las otras personas.

Las transformaciones que atraviesa el amor en la modernidad más reciente se relacionan precisamente con la complejización e individualización de las herramientas (tecnologías) mismas de evaluación que determinan el reconocimiento. Dado que el valor se negocia en la interacción social, los individuos contemporáneos acuden a dicha negociación con unos gustos y criterios de valor más individualizados y refinados, de modo que el yo se enfrenta a nuevas formas de incertidumbre. Tal individuación y refinación generan incertidumbre precisamente porque los criterios de evaluación pierden objetividad, es decir, ya no están negociados por varios agentes sociales que comparten los mismos códigos socio-culturales, sino que quedan supeditados a gustos cada vez más subjetivos e individualizados. Si para la elección de pareja se utiliza como criterio principal que resulte deseable, la dinámica del reconocimiento se complejiza, pues aunque existen modelos y arquetipos culturales sobre lo que se interpreta como

deseable, esta cualidad va a depender principalmente del gusto individualizado y refinado de quien elija, lo que en definitiva la vuelve impredecible. Esto es:

> Justamente porque el valor no se conoce de antemano sino que se genera de modo performativo (o sea, que es otorgado por la interacción romántica y en ese marco), las interacciones románticas despiertan un grado de ansiedad aguda: en ellas se pone en juego la *performance* del yo y su valor. (Illouz, 2012, pág. 166)

Tras el análisis tanto de los efectos de los entornos virtuales en la conformación de las identidades de los individuos como en el establecimiento y/o construcción de relaciones sexo-afectivas resulta imprescindible explorar y analizar cómo intermedia la variable género en estos procesos y dinámicas, especialmente, en cuanto a si las redes sociales fomentan o reproducen la permanencia de las normatividades de género o si posibilitan o promueven la resistencia a las mismas. Para ello, es necesario señalar que el contenido consumido en redes sociales al igual que todos los aspectos de la cotidianeidad se encuentra atravesado por la variable del género.

3. Virtualidad y género: reproducción y/o resistencia a las normatividades.

El nuevo sistema identitario que surge en el entorno on-line es heredero de la estructura asimétrica y jerarquizada que impera en todo el orden social. De hecho, surge del y/o en la misma. Tal como se ha ido detallando, la estructura relacional desigual por género se fundamenta en la constitución del hombre como sujeto y la mujer como objeto, es decir, uno como agente y la otra como instrumento. Y se (re)produce en los intercambios simbólicos que se dan lugar en Internet.

Tal como también se ha mencionado, en la contemporaneidad esa estructura se encuentra mediada por la racionalidad neoliberal la cual se caracteriza, entre otros aspectos, por expandirse más allá del ámbito financiero y por reapropiarse de las críticas o demandas sociales que puedan ser formuladas. Esto conduce a retomar aquello que se planteaba sobre las nuevas subjetividades que demanda el neoliberalismo y cómo estas estaban atravesadas por la variable del género. Precisamente, uno de los desafíos que las redes sociales están planteando es la difusión de las nuevas subjetividades postfeministas, antes mencionadas, demandadas y promovidas por el sistema de mercado. En concreto, estas nuevas subjetividades fomentan lo que Gill y Scharff (2013) denominan, retomando a Suzannah Stern, como "sexual 'self-commodification' online."[48] (pág. 101), es decir, la mercantilización de la sexualidad femenina en el entorno virtual para conseguir beneficios económicos. Esa mercantilización responde al mandato

[48] "Automercantilización" sexual en línea.

neoliberal del autogobierno de un misma, por lo que podría hablarse de una auto-mercantilización de la propia sexualidad. La puesta en escena o representación de dichas subjetividades en el mundo online muestra una cierta interiorización en las mujeres de los discursos de desempeño de feminidad como presentación de sí mismas como sexualmente atractivas o seguras de sí mismas. Esto es debido, en parte, tal como señalan Gill y Scharff (2013), al contexto actual en donde existe una constante e intensificada exhibición hipersexualizada de los cuerpos de las mujeres, así como la proliferación de discursos pornificados que en muchas ocasiones funcionan como tecnologías disciplinarias de subjetivación. Mediante estos discursos que se transmiten por diferentes medios sociales, tales como los medios de comunicación y la publicidad, se impulsa "a quienes los leen (en su mayoría, mujeres) a utilizar los productos para la expresión del yo como armas de "seducción" y de reafirmación." (Illouz, 2009, pág. 63)

Las demostraciones de confianza en una misma, así como de un determinado dominio sexual, aspectos clave que se despliegan también en la construcción digital de la nueva feminidad sexualmente deseable postfeminista, constituyen en sí mismas una tecnología disciplinaria de lo considerado culturalmente como atractivo (objeto de reconocimiento sexual) que aúna aspectos nuevos con otros movilizados en épocas anteriores, a pesar de que las condiciones que imponen las redes sociales puedan ser distintas. "Some of the newer techniques of performing digital signifiers of sexiness include citing 'porno' scripts and using sexualized imagery and symbolism online."[49] (Gill y Scharff, 2013, pág. 111)

Aunque estas técnicas no son solo disciplinadoras pues permiten, sobre todo a las más jóvenes, experimentar ampliando los límites convencionales en cuanto a la representación sexual, es imprescindible tener en cuenta los posibles efectos psicosociales que esta experimentación puede tener más allá de resultar en cierto sentido liberadora.

El desempeño de las identidades sexuales se complica aún más en entornos digitales, pues a las contradicciones características del mundo real se suma un trabajo continuo de autorregulación proveniente de la autoobservación y autoescrutinio que permiten estos formatos, un aspecto que resuena a los mandatos de la racionalidad neoliberal. Un ejemplo práctico es la precariedad de esta nueva feminidad observable en los cambios que se reflejan en su construcción digital a través de los perfiles creados por diferentes usuarias. Estas últimas remodelan sus perfiles en función del reconocimiento

[49] Algunas de las técnicas más nuevas para representar significados digitales de sensualidad incluyen citar guiones "porno" y utilizar imágenes y simbolismos sexualizados en línea.

que estén recibiendo por parte, especialmente, de sus compañeros varones. Por tanto, la nueva subjetividad femenina construida en el entorno digital se conforma para complacer a los demás, en su mayoría varones; esto es, se vuelve a movilizar el mandato de género femenino del ser para otros, no para una misma. De hecho, retomando lo apuntado por Gill y Scharff (2013), su construcción pasa por volver a reproducir una dinámica de poder heterosexual en la que el sujeto masculino es el que ocupa, por lo general, la posición de búsqueda y solicitud en el entorno digital, mientras que el sujeto femenino espera a esa solicitud de forma pasiva, lo que contradice la representación digital postfeminista de las mujeres como sujetas sexualmente experimentadas y empoderadas. Se desvela cómo el deseo y placer femenino siguen siendo invisibilizados en estas representaciones digitales. De hecho, los contextos mediáticos contemporáneos pornificados siguen construyendo discursos sobre el deseo y el placer sexual femenino y masculino de forma no recíproca, heterosexuales y falogocéntricos.

Tomando como referencia el planteamiento de Illouz y Kaplan (2020), el neoliberalismo es capaz, tal como antes se mencionaba, de colonizar esferas de la cotidianeidad que se sitúan más allá del ámbito financiero; pudiendo llegar incluso a mercadear con las nuevas identidades más fluidas que se configuren en los entornos digitales. Por ello, antes de presentarlas como transgresoras del género, es necesario someterlas a análisis.

La exigencia de autovigilancia y autoescrutinio para las mujeres se ha visto acentuada por las redes sociales y la cultura audiovisual, en general. Un ejemplo claro de ello lo conforma el surgimiento de numerosas aplicaciones de belleza que impelen a las mujeres a verse a sí mismas como si estuvieran defectuosas o imperfectas. Se centran en presentar los cuerpos como objetos deficientes, que hay que moldear para aproximarse a los cánones normativos de belleza. Un aspecto importante sobre el que ya se ha incidido anteriormente es la configuración del cuerpo como fuente principal de identidad, así como de éxito o fracaso en las sociedades contemporáneas. Se asocian los cuerpos tonificados y trabajados con el éxito en la vida social, es decir, con una vida más sana, un mejor puesto de trabajo y sobre todo con el acceso a parejas más atractivas y una asombrosa vida sexual. Así, “la vida perfecta tiene un precio: la valoración, castigo y remodelación constantes del cuerpo propio para ajustarse al ideal neoliberal.” (Lasén y Casado, 2014, pág. 92). Gill (2017) retomando el término de Bordo se refiere a este fenómeno como *pedagogía del defecto*. Algunos ejemplos de este tipo de aplicaciones son los:

> filters and selfie-modification apps; pedagogic apps offering tutelage over improving one's appearance ('your own personal beauty advisor on your phone'); surgery 'try-out' apps that offer you the opportunity to 'visualize a whole new you' after surgical enhancement, teeth whitening, eyebag removal and so on; aesthetic benchmarking apps that give the – algorithmic – answer to questions such as 'how hot am I?' and 'how old do I look?'; and apps which use the camera functions of smartphones to scan the body for flaws and problems, for example, moles, sun damage, the effects of smoking and so on.[50] (Gill, 2017, pág. 617)

Otra cuestión importante a tener en cuenta en el análisis de la construcción de las identidades en el entorno digital es que los distintos usos que hombres y mujeres pueden hacer de las redes sociales se encuentran influidos por las diferencias existentes en los usos que estos/as hacen de internet. Lasén y Casado (2014) afirman cómo se consideran los usos femeninos como infantiles, mientras que los masculinos se asocian a usos más adultos.

Las diferencias de uso de las redes sociales tendrían su origen en los diferentes procesos de socialización que ambos/as experimentan. Tal como sostienen Renau, Carbonell y Oberst (2012) se aprecia que las mujeres tienden a compartir en el espacio online más información sobre sí mismas en comparación con sus compañeros varones, lo que podría explicarse debido a que son socializadas para ser más expresivas, empáticas y emocionales que los hombres. También, tienden a experimentar más con su identidad para explorarse tanto a sí mismas como para conocer cómo son percibidas por los demás. Este último aspecto conecta con lo planteado con anterioridad acerca de cómo la relacionalidad desempeña un papel fundamental en la construcción identitaria, especialmente, en el caso de la identidad femenina debido a que se construye como deficitaria, basándose en el mandato de género del ser para otros.

Diversas investigaciones como la de Cartensen, retomada por Renau, Carbonell y Oberst (2012), también demuestran que en la configuración de los perfiles virtuales existen diferencias y que los/as usuarios/as, por lo general, tratan de presentarse en sus perfiles virtuales de modo que puedan ser reconocidos como pertenecientes al género

[50] filtros y aplicaciones de modificación de selfies; aplicaciones pedagógicas que ofrecen tutoría para mejorar la apariencia ("tu asesor de belleza personal en tu teléfono"); aplicaciones de "prueba" de cirugía que le ofrecen la oportunidad de "visualizar una persona completamente nueva" después de una mejora quirúrgica, un blanqueamiento dental, una eliminación de las bolsas de los ojos, etc.; aplicaciones de evaluación comparativa estética que dan respuesta (algorítmica) a preguntas como "¿qué tan sexy soy?" y "¿cuántos años parezco?"; y aplicaciones que utilizan las funciones de la cámara de los teléfonos inteligentes para escanear el cuerpo en busca de defectos y problemas, por ejemplo, lunares, daño solar, efectos del tabaquismo, etc.

masculino o femenino indistintamente. Mientras que las mujeres presentan una mayor cantidad de amistades en las redes sociales, los hombres presentan un número más reducido. Las autodescripciones que elaboran también suelen ser más detalladas que las que ellos desarrollan. Asimismo, ellas presentan un perfil virtual mucho más cuidado que ellos e incluyen más fotografías para completarlo; algunas de estas imágenes incluyen poses que tratan de resaltar su deseabilidad sexual.

La presentación hipersexualizada de los cuerpos sigue siendo una constante en los perfiles virtuales de las chicas jóvenes, debido a su proceso de socialización. Los imaginarios sociales transmitidos a través de los medios de comunicación les impele a mostrarse en ese sentido para ser reconocidas como mujeres puesto que asumen que la deseabilidad social constituye un aspecto central de la identidad y subjetividad femenina. Así, existiría una cierta presión en las mujeres por mostrar una imagen atractiva y deseable en sus perfiles virtuales.

A pesar de ello, también se aprecia una cierta exigencia estética hacia los hombres enfocada igualmente a resultar deseables socialmente, especialmente porque la lógica neoliberal de mercantilización de todos los aspectos de la cotidianeidad comienza a observar en las identidades masculinas, sobre todo, en aquellas que se alejan más de la norma heterosexual, un potencial nicho de mercado. Por tanto, aunque existe escasez de bibliografía, se desvela que:

> Los estereotipos de género clásicos están presentes en las RSO en tanto que son generados y mantenidos por la propia estructura social, y el individuo las seguirá o no en función de las respuestas que obtenga por parte de su entorno social. (Renau, Carbonell y Oberst, 2012, pág. 100)

Tras las cuestiones planteadas acerca de cómo se hace género en los entornos virtuales, así como la configuración de las redes sociales como espacio especular donde se ponen en juego procesos de negociación de las identidades sociales, es importante explorar y analizar cómo se articulan los rituales de cortejo y cómo se hace género a través de las prácticas y símbolos que dichos rituales desencadenan en una red social concreta, como es el caso de la aplicación de citas denominada *Tinder*.

PARTE II. Diseño metodológico.

1. Aproximación empírica al objeto de investigación

La aplicación de citas *Tinder* fue fundada en el año 2012, con el objetivo, según sus creadores, de facilitar encuentros o construir relaciones y/o redes de contacto entre personas que se encuentran geográficamente alejadas. Surge como respuesta a las transformaciones que experimenta la sociedad, así como a las demandas sociales que desarrollan los individuos a causa de dichos cambios. Sin embargo, tal como se ha planteado, se trata de una aplicación que surge en el contexto socioeconómico contemporáneo de colonización neoliberal, con capacidad para adaptarse, apropiarse y nutrirse de las críticas sociales que puedan hacerse a esta hegemonía cultural, tratando de evitar el cuestionamiento de sus fundamentos radicales. (Boltanski y Chiapello, 1999). De este modo, *Tinder* activaría una racionalidad neoliberal a partir de un proyecto de apropiación subversiva de determinadas demandas sociales y su resemantización en clave neoliberal optimizando su rédito político. Instrumentalizaría demandas o necesidades de los individuos, tales como la de conectarse entre sí, para apuntalar un individualismo exacerbado propio de este orden social.

El uso de esta aplicación de citas se ha generalizado, no solo con el advenimiento de las nuevas tecnologías y su expansión a gran parte de los ámbitos de la vida de los individuos sino que acontecimientos como es el caso del confinamiento, a causa de la pandemia, extendió su uso a modo de herramienta de conexión con otras personas. *Tinder* se postuló como la aplicación de citas más usada durante este periodo, particularmente entre personas jóvenes. De hecho, diversos estudios apuntan a que, durante este periodo, sus descargas aumentaron exponencialmente. Así, podría decirse que el fenómeno de establecer vínculos sexo y/o socio-afectivos a través de las aplicaciones de citas en la contemporaneidad se encuentra en auge y que este modo de establecer relaciones sexo-afectivas ha llegado para quedarse.

La aplicación forma parte de la empresa de tecnología e internet estadounidense denominada *Match Group*, la cual incluye otras marcas de servicios de citas como es el caso de *Meetic, Match.com, OkCupid,* entre otras. En cuanto a su simbología, tal como señala Gálvez (2021), el significado en español de *Tinder* es material seco e inflamable como madera y papel, que se usa para encender un fuego. Este significado queda capturado simbólicamente a través de la llama de fuego, que se emplea como logotipo de la aplicación, y que metaforiza y captura la idea de la chispa romántica entre las dos personas emparejadas.

Tinder cuenta con más de 50 millones de usuarios, la mayoría jóvenes en edades comprendidas entre los 18 y los 24 años (Wu, 2019). Otras investigaciones (Anzani, Di Sarno y Prunas, 2018; LeFebvre, 2018, Smith, 2016) apuntan a que la mayor concentración de usuarios/as se encuentra entre los 24 y los 34 años. En cualquier caso, el perfil de usuario/a de esta aplicación es el de una persona joven que tiene amplias destrezas digitales y que se encuentra cómodo/a en el entorno virtual. Además, considera esta aplicación como una herramienta más de socialización. Algunas investigaciones sostienen que existe una mayor proporción de usuarios identificados como varones. En concreto, un 62% frente a un 38% de mujeres (LeFebvre, 2018, Weiser et al., 2018). A pesar de que se trata de una aplicación de base gratuita, posee versiones de pago y es la aplicación que más beneficios económicos reporta.

Se considera importante analizar las dinámicas que este tipo de aplicaciones han generalizado y los efectos que pueden estar teniendo en la estructuración de las relaciones sexo-afectivas de los/as jóvenes en el momento contemporáneo, en la medida en la que hacen género. Más específicamente, se trata de observar si pueden estar influyendo en la (re)producción, intensificación y/o transformación de los mandatos y roles de género, así como en la configuración y/o negociación de las identidades de género, especialmente, teniendo en cuenta, tal como se ha mencionado antes, la importancia que posee la relacionalidad en estos procesos.

Para responder a las preguntas de investigación sobre si la aplicación de citas de *Tinder* puede contribuir a reformular e intensificar las tecnologías de subjetivación de género, se decidió emplear una metodología cualitativa que ha consistido en el análisis hermenéutico de los testimonios de una muestra compuesta por personas jóvenes, en relación con el uso de esta aplicación de citas, y el análisis sociohermenéutico de materiales visuales compuestos por una amplia diversidad de perfiles virtuales, mediante los que contrastar los conceptos analíticos que se han ido elaborando a lo largo del marco teórico.

La decisión de emplear esta metodología viene determinada por el interés de esta investigación en el análisis de las vivencias, experiencias y sentidos otorgados a la conducta humana, teniendo en cuenta la perspectiva del sujeto y del entorno en el que este se desarrolla e interacciona. Además, se busca analizar los discursos, así como aquellas otras producciones simbólicas como las imágenes, etc. a través de las cuales los sujetos construyen y/o negocian sus identidades. La metodología cualitativa emplea precisamente como herramientas analíticas dichas producciones discursivas para

posteriormente interpretar sus significados, ya que se pretende analizar significados y vivencias con la app de Tinder.

Específicamente, se ha empleado una metodología cualitativa de diseño etnográfico digital o virtual, pues se busca analizar un fenómeno social de la cotidianeidad que tiene lugar en la realidad virtual. Para ello, la investigadora se ha insertado en el mundo de la aplicación de citas de *Tinder* durante un periodo de tiempo determinado, a fin de observar, concretamente, las relaciones, actividades y significaciones que se desarrollan entre los diferentes sujetos que participan en los procesos sociales que acontecen en este entorno. Para llevar a cabo esta inmersión profunda, ha sido necesario el empleo de diferentes técnicas de investigación social como es el caso de la observación participante, la cual posibilita un acceso directo a las situaciones sociales que caracterizan el fenómeno social sometido a estudio.

Es así como este trabajo ha conseguido acercarse a la observación de las prácticas sociales y culturales que acontecen en el ciberespacio de esta red de contactos, que para algunas perspectivas configuran un *continuum social*. Se entiende por *continuum social* una continuación de las prácticas sociales, relacionales y culturales que tienen lugar en el contexto *offline*, pues se considera que existe una creciente hibridación entre los contextos *offline* y *online* y las prácticas sociales y culturales que se desarrollan en los mismos.

> Lo online y lo offline, en la práctica, ya no forman espacios desagregados o inconexos, sino un espacio continuo donde se retroalimentan y solapan. La dicotomía entre lo físico y lo virtual o entre el cuerpo caminando por la calle y el avatar/perfil/usuario en la pantalla va perdiendo vigencia. Solo un bisturí conceptual y analítico lo puede separar cuando experiencialmente no parecen distinguibles. (Rodríguez, 2015, pág. 16)

Una de las ventajas del empleo de esta estrategia metodológica ha sido que la investigadora no ha tenido que salir del entorno físico en el que se encontraba, pues no es necesaria una co-presencia espacio-temporal para llevarla a cabo. De este modo, se ha tenido acceso al despliegue de la vida pública de un grupo social desde la distancia física y se ha accedido a discursos o representaciones simbólicas *online* anónimas.

Asimismo, esta aproximación posibilita nuevas vivencias del tiempo en tanto que se da una menor importancia a la dicotomía día/noche y a los horarios. En cambio, han aparecido nuevas temporalidades como son los tiempos de conexión, de espera, de descarga, mientras se escribe o graba una nota de voz.

La mediación tecnológica ha estado presente durante todo el proceso etnográfico, tanto en la observación participante como en la recogida y codificación o construcción de los datos. Esta, tal como Ardèvol (1998) apuntaba, fija la experiencia y descontextualiza la memoria del observador, configurando un nuevo contexto para el análisis. El contacto entre el sujeto y el objeto se ha visto mediado por una pantalla. En ese marco, la instrumentalización de las diversas tecnologías de internet para la investigación permite reformular las disposiciones implicadas en la producción de conocimiento y cuestionar y reflexionar sobre las implicaciones que las técnicas y métodos convencionales de la investigación cualitativa pueden tener para la producción de dicho conocimiento; de modo que internet se convierte en un espacio para la reflexión.

En relación con el tipo de metodología empleada y su carácter asituado (Ardèvol, 2003), el objeto de análisis de esta investigación se ha ido construyendo, en gran medida, mediante la intermediación de la experiencia adquirida en el proceso de observación participante, el registro textual que lo acompaña y las anotaciones que se han realizado durante el trabajo de campo, así como mediante las interacciones que se han ido manteniendo con las/os informantes.

Por último, para este trabajo de investigación, resultaba clave incorporar una epistemología feminista que, promueve desde la reflexión, en los espacios de construcción de conocimiento, el cuestionamiento de la neutralidad del sujeto que conoce. La inclusión de esta perspectiva permite reflejar y desvelar las dinámicas de poder y las relaciones sociales de género que intermedian los procesos de producción de conocimiento, así como los contextos en los que se produce la investigación. Del mismo modo, contribuye a visibilizar y tratar de combatir el desequilibrio de poder presente en la relación entre investigador/a e investigado/a, promoviendo que la investigación sea auto-reflexiva.

Además, se planteó incluir una visión interseccional y transversal, que posibilitara considerar otras posibles variables que pudieran estar mediando en el fenómeno social de la aplicación de citas de *Tinder,* como son la orientación sexual, la identidad y expresión de género, el origen étnico-racial de las personas, así como la procedencia social en términos de clase. La incorporación de este enfoque interseccional supone visibilizar la multitud de formas de opresión que experimentan o afrontan las personas, pues expone el entrelazamiento de diversas relaciones de poder y sus sinergias presentes en las relaciones sociales, las cuales pueden solaparse y llegar a aparecer de forma acumulativa. (Díaz, 2015)

Así, se trató de seleccionar reflexivamente tanto los referentes teóricos como las prácticas metodológicas que iban a ser utilizadas, con el objetivo de evitar posibles sesgos androcéntricos, etnocéntricos y sociocéntricos del modelo metodológico convencional. Por otro lado, mediante el empleo de esta epistemología se ha tratado de revelar que todo conocimiento es situado y, por ello, se ve influido por el/la productor/a de dicho conocimiento. Así, el conocimiento ya no sería el reflejo transparente y neutral de una realidad que existe de manera independiente, sino que se encuentra condicionado por la situación particular, espacio-temporal, histórica, social y cultural de la persona que se encuentra en la posición de conocer. Por tanto, el conocimiento también es parcial, subjetivo y relacional.

Con el cuestionamiento de la neutralidad del sujeto que se encuentra en posición de conocer, se ha buscado desvelar el sesgo androcéntrico presente en el proceso de producción de conocimiento, entendiendo dicho sesgo como un modelo de construcción de conocimiento que equipara la mirada masculina con la universalidad y que presenta lo asociado a la masculinidad como la norma. Sin embargo, no se toma como norma a todos los varones sino a una representación de la masculinidad hegemónica que posee unas determinadas características. Esta hegemonía se suele corresponder con un grupo social de hombres específico: adulto, cis, blanco, capacitado, heterosexual. De este modo, aquellos sujetos que no encajan en estas características son constituidos como seres socialmente dependientes y subordinados, incluso como identidades subalternizadas del conocimiento. (Maffía y Tomé, 2021). Mediante la incorporación de una epistemología feminista se ha tratado de aportar una visión que se aleje de las voces hegemónicas y pueda servir de herramienta en la visibilización de otras realidades más diversas.

Una vez señalados los principales rasgos de la metodología que se ha utilizado, justificando así su elección, es preciso profundizar en las decisiones que impulsaron el diseño de este trabajo, detallando las principales fases que se han seguido en su proceso de elaboración.

2. Diseño de la investigación

En tanto que uno de los rasgos predominantes del proceso etnográfico es el carácter emergente de sus etapas, este trabajo de investigación se ha desarrollado sin una definición temporal estricta de sus etapas. Así, se han sucedido las siguientes fases en el proceso investigativo. En una primera, se seleccionó el objeto de estudio y se determinó las principales preguntas de investigación, y se procedió a la elaboración del marco teórico o conceptual. En un segundo estadio de la investigación, se adoptaron

decisiones acerca de la muestra de investigación, así como de las técnicas de recolección y almacenamiento de datos. En una tercera etapa, se desarrolló el trabajo de campo en sí mismo, con la inmersión de la investigadora en el entorno virtual a estudiar y la elaboración de las entrevistas a los/as informantes. Y, por último, en una cuarta, se procedió al análisis empírico de la información previamente recogida y codificada.

Profundizando en la descripción de las fases de esta investigación:

1. En primer lugar, para la elaboración del marco teórico se procedió a la revisión de la literatura y las investigaciones existentes relacionadas con los principales objetivos de estudio de esta investigación.

2. Después, se elaboró un diseño del trabajo de campo. Como parte de este diseño, se contempló la realización de entrevistas en profundidad a un perfil diversificado de usuarias/usuarios de la aplicación.

3. Una vez diseñado se procedió a la búsqueda de dichos/as informantes, los cuales fueron seleccionados mediante la técnica de recogida de datos conocida como bola de nieve.

4. En un primer momento, se planteó recopilar unas veinte entrevistas para poder ir analizando poco a poco toda la información recogida. Finalmente, terminaron realizándose 33 hasta llegar a la saturación teórica. Las herramientas para la captación han sido diferentes canales digitales, previamente seleccionados, los cuales se concretaron en chats de WhatsApp, videollamadas a través de Zoom y llamadas telefónicas mediante la aplicación Call Recorder. Se solicitaron, para ello, previamente, los permisos necesarios y consentimiento informado para poder tratar la información que se iba a ir facilitando en el desarrollo de las entrevistas. Este procedimiento se llevó a cabo de acuerdo con la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, y bajo la normativa marcada por el Reglamento europeo general de Protección de Datos, Reglamento (UE) 2016/679. Así, las entrevistas fueron anonimizadas y codificadas a través de la asignación de un número aleatorio a cada informante con el objetivo de garantizar la confidencialidad de la información facilitada.

5. De forma paralela, se procedió a la inmersión de la investigadora en el entorno virtual que iba a ser explorado, mediante la elaboración de un perfil virtual en la aplicación de citas de *Tinder*. A través de este perfil, se intentó que la investigadora pudiera experimentar lo que viven los/as usuarios/as habituales de la aplicación. En concreto,

que experimentase el proceso de elaboración de un perfil virtual, así como las interacciones virtuales con otros/as usuarios/as, preferiblemente del género opuesto, para poder observar si existen diferencias de género.

6. En esta inmersión de la investigadora en el entorno a explorar también se trató de recopilar una muestra suficiente de perfiles virtuales para ser después observados y analizados detalladamente.

7. De forma simultánea, se fue estudiando y, después, añadiendo toda la información encontrada que pudiera ser útil mediante la revisión de otras investigaciones existentes vinculadas al objeto de estudio de esta investigación, especialmente aquella relacionada con el desarrollo de los procesos de gestión y negociación de las identidades de género en el entorno digital, así como sobre el funcionamiento de la aplicación de citas de Tinder y sus dinámicas en general

8. Tras la recopilación de todos estos datos por diversas fuentes, se procedió a su análisis.

Profundicemos ahora en las características sociodemográficas de la muestra que fue empleada.

2.1. Características sociodemográficas de la muestra:

La muestra empleada en este trabajo de investigación se encuentra conformada, por un lado, por un total de 33 personas jóvenes entrevistadas acerca de su uso de la aplicación, así como por más de 40 perfiles virtuales analizados.

En cuanto al proceso de selección de los perfiles observados y analizados, este vino determinado por la posibilidad que podían ofrecer en cuanto a la observación del ejercicio práctico de aquellas cuestiones analíticas teóricas que se habían ido desarrollando a lo largo del marco conceptual.

En el caso de las 33 personas jóvenes que habían usado o usaban la aplicación, se seleccionaron, tal como antes se mencionaba, mediante la técnica de muestreo de bola de nieve, una técnica no probabilística que permite acceder a poblaciones de difícil acceso. Se planteó como la opción más adecuada debido a que el objeto de estudio de este trabajo de investigación comprende a un colectivo muy específico, como es el caso de los/as usuarios/as de una determinada aplicación de citas, en este caso, *Tinder*.

El funcionamiento de esta técnica se basa en obtener una muestra a través de conocidos/as y amigos/as de los usuarios/as a los que la investigadora tenga acceso y seleccione inicialmente. Una de las complicaciones o inconvenientes es que es

especialmente sensible al sesgo de muestreo. Esto quiere decir que los individuos participantes en la investigación se obtienen por mediación de individuos que han sido ya seleccionados. De esta forma, podría suceder que todos los individuos compartan ciertas características, más allá del rasgo objeto de estudio, por lo que el muestreo podría estar accediendo sólo a un subgrupo de la población a estudiar. No obstante, este posible sesgo podría revertirse si se elabora una buena selección inicial de personas, que garantice el acceso a cualquier subgrupo existente.

Como variables centrales que se buscaban considerar en la muestra seleccionada se encuentran el origen social de los individuos, el origen étnico-racial, la tendencia ideológica (religiosa y política), la orientación sexual, la identidad y expresión de género, por los posibles sesgos que suelen presentar los algoritmos de las redes sociales, los cuales pueden influir en la experiencia de uso de sus usuarios/as.

En este sentido, nos encontramos con que la posesión o la pertenencia a una clase social media o media-alta permitía a los/as usuarios/as disponer de mejores recursos (capital económico) para elaborar sus propios perfiles virtuales, pues disponían de novedosos dispositivos móviles con mejores cámaras digitales y aplicaciones de edición de fotos, lo que les posibilitaba publicar fotografías de una mayor calidad.

También, en relación a la gestión, negociación y/o construcción de las identidades de los/as usuarios/as y la importancia que tiene el aspecto relacional o el reconocimiento del otro/la otra, es importante considerar si los/as usuarios/as con identidades sociales más diversas o alejadas de la norma en relación al género, origen étnico, etc. reciben el mismo reconocimiento/ aprobación (mediante la consecución de *likes* y/o *matches*) que aquellos/as que poseen identidades normativas, por lo que es importante analizar cómo esto puede afectar o generar un impacto en los propios procesos de construcción identitaria

Asimismo, se consideró interesante observar la situación sentimental (en pareja, sin pareja, en búsqueda de la misma, etc.) de los/as informantes o en qué términos se definen en relación a la misma con el objetivo de observar también las motivaciones con las que se descargan o hacen uso de la aplicación.

Por último, también se decidió observar cómo estos se identificaban en relación a la posición ideológica, ya sea a nivel de creencias religiosas como en cuanto a motivaciones políticas. En este caso, se pretendía explorar si existen diferencias en las motivaciones de uso de la aplicación en función de las posiciones ideológicas de los/as usuarios/as. También se buscaba observar cómo se relaciona el posible estigma social

o la ocultación de la posesión de un perfil virtual en la aplicación con la tendencia ideológica.

Teniendo en cuenta estas cuestiones, la muestra terminó estando conformada por personas, en su mayoría, heterosexuales, aunque también algunos/as informantes se reconocen como homosexuales y bisexuales. Por otro lado, los/as participantes residían en su mayoría en ciudades de España y reconocen estar sin pareja. Algunas/os de las/os informantes son personas racializadas y en algún caso su identidad y expresión de género no coinciden con la categorización sexo-genérica que había recibido al nacer.

En relación a la tendencia ideológica (religiosa y política) de los/as participantes, es necesario puntualizar que existe una cierta diversidad pues existen en la muestra entrevistados/as con tendencias más conservadoras y otros/as que se identifican con una ideología más progresista, aunque muchos/as señalan que no se sienten representados/as por la política actual. De hecho, algunos/as se autodefinen como apolíticos o que no les interesa la política, otros/as sostienen que no se sienten representados por ningún partido político en la actualidad, otros se identifican con una ideología política más de centro o incluso algunos aluden, literalmente, a ser más de izquierdas en lo social y más de derechas en lo económico. No obstante, todos/as terminan definiéndose fundamentalmente en relación con tres categorías: derechas, centro e izquierdas.

En cuanto a la tendencia religiosa de los/as informantes, algunos/as se identifican como personas católicas, aunque no del todo practicantes. Otros/as señalan que son ateos/as, otros/as agnósticos/as o incluso deístas, así como personas espirituales

También, la muestra se encuentra dominada, en su mayoría, por personas que se autoidentifican como pertenecientes a una clase social media, aunque sería interesante analizar qué se entiende por clase media en la actualidad y las transformaciones sociales que ha ido experimentado dicha categoría en los últimos tiempos. Asimismo, la mayoría de los/as jóvenes entrevistados/as poseen estudios medios y superiores, una cuestión que puede vincularse a la variable de la clase social, ya que, a pesar de que se ha tratado de facilitar el acceso a la educación superior mediante diversas becas y subvenciones sociales, aun hoy poseen mayores facilidades de acceso aquellas personas que proceden de entornos sociales más favorables.

Por último, el contexto socio-cultural en el que se desarrolla este trabajo de investigación es un contexto occidental en donde existen unos determinados significados socio-culturales que quizás podrían no tener sentido fuera de los ámbitos culturales euroamericanos, y solo tendría efectos dentro de la cultura occidental.

Tabla 1. Datos sociodemográficos de las personas entrevistadas.

Nombre	Edad	Identidad de género	Expresión de género	Orientación sexual	Lugar de origen	Lugar de residencia	Origen étnico-racial	Tendencia ideológica (religión y política)	Formación académica	Nivel socio-económico	Situación sentimental
I1	25	Mujer cis	Femenina	Heterosexual	Toledo	Madrid	Europeo (caucásico)	Católica no practicante/ derechas	Máster	Medio	Sin pareja
I2	24	Mujer cis	Femenina	Bisexual	Granada	Madrid	Europeo (caucásico)	Atea/ izquierdas	Máster	Medio-alto	Con pareja
I3	25	Mujer cis	Femenina	Heterosexual	Alemania	Madrid	Europeo (caucásico)	Atea/ izquierdas	Máster	Medio	Con pareja
I4	28	Mujer cis	Femenina	Heterosexual	Sevilla	Madrid	Europeo (caucásico)	Atea/Izquierdas	Máster	Medio	Sin pareja
I5	23	Mujer cis	Femenina	Se reconoce como heterosexual aunque tuvo una relación con una chica	(Vinebre) Tarragona	Barcelona	Europeo (caucásico)	Cristiana /Izquierdas en lo social, centro-derecha en lo económico	Máster	Medio	Sin pareja
I6	26	Mujer cis	Femenina	Heterosexual	Madrid (Leganés)	Madrid (Leganés)	Europeo (caucásico)	Atea/Centro	Posgrado	Medio	Sin pareja
I7	26	Hombre cis	Masculina	Heterosexual	Toledo	Madrid (Leganés)	Europeo (caucásico)	Católico practicante/centro-derecha	Máster	Medio	Sin pareja
I8	26	Mujer cis	Femenina	Heterosexual	Madrid	Madrid	Europeo (caucásico)	Atea/ izquierdas	Máster	Medio	Sin pareja
I9	23	Hombre cis	Masculina	Heterosexual	Toledo	Albacete	Europeo (caucásico)	Deísta/Centro	Grado Superior	Medio	Sin pareja
I10	25	Mujer cis	Femenina	Heterosexual	Asturias	Madrid	Europeo (caucásico)	Atea/Izquierdas	Grado Superior	Medio	Con pareja
I11	25	Mujer cis	Femenina	Heterosexual	Madrid	Madrid	Europeo (caucásico)	Atea(espiritual) /izquierdas	Grado universitario	Medio	Con pareja
I12	27	Mujer cis	Femenina	Heterosexual	Madrid	Madrid	Europeo (caucásico)	Atea/izquierdas	Grado universitario	Medio	Con pareja
I13	29	Hombre cis	Masculina	Heterosexual	Bilbao	New Jersey (EEUU)	Europeo (caucásico)	Ateo/Apolítico	Doctorado	Medio	Sin pareja
I14	26	Hombre cis	Masculina	Heterosexual	Toledo	Toledo	Europeo (caucásico)	Católico no practicante/Derechas	Máster	Medio	Sin pareja
I15	25	Hombre cis	Masculina	Heterosexual	Toledo	Madrid	Europeo (caucásico)	No creyente/ Centro	Máster	Medio	Sin pareja
I16	27	Hombre cis	Masculina	Heterosexual	Madrid	Madrid	Europeo (caucásico)	No religioso/Centro	Máster	Medio-alto	Sin pareja
I17	26	Hombre cis	Masculina	Heterosexual	Toledo	Madrid	Europeo (caucásico)	Católico no practicante/ le cuesta conectar con alguna ideología política	Máster	Medio-alto	Sin pareja
I18	27	Hombre cis	Masculina	Heterosexual	Salamanca	Madrid	Europeo (caucásico)	Ateo/Centro	Grado Universitario	Medio	Con pareja
I19	25	Hombre cis	Masculina	Heterosexual	Toledo	Madrid	Europeo (caucásico)	Agnóstico/Liberal	Grado Superior (FP)	Medio	Sin pareja
I20	25	Mujer cis	Femenina	Heterosexual	Toledo	Madrid	Europeo (caucásico)	Agnóstica/Centro	Máster	Medio-alto	Con pareja
I21	26	Hombre cis	Masculina	Heterosexual	Toledo	Madrid (Leganés)	Europeo (caucásico)	Católico/Centro	Grado universitario	Medio	Sin pareja
I22	26	Mujer cis	Femenina	Heterosexual	Toledo	Toledo	Europeo (caucásico)	Cristiana/Centro	Grado Universitario	Medio	Sin pareja
I23	24	Hombre cis	Masculina	Heterosexual	Madrid	Madrid (Carabanchel)	Europeo (caucásico)	Agnóstico/Izquierdas	Máster	Medio	Sin pareja
I24	31	Hombre cis	Masculina	Heterosexual	Segovia	Palazuelos de Eresma (Segovia)	Europeo (caucásico)	Ateo/Izquierdas	Grado medio (FP)	Bajo	Con pareja
I25	26	Mujer cis	Femenina	Heterosexual	Salamanca	Madrid	Europeo (caucásico)	Atea/Izquierdas	Máster	Medio	Sin pareja
I26	28	Mujer cis	Femenina	Heterosexual	Mallorca	Artá (Mallorca)	Europeo (caucásico)	Agnóstica/Izquierdas	F.P Superior	Medio	En pareja
I27	33	Mujer cis	Femenina	Heterosexual	Nicaragua	Toledo	Latinoamericano	Católica no practicante/conservadora	Estudios Universitarios	Medio	Separada
I28	24	Mujer cis	Andrógina	Homosexual	La Plata (Argentina)	Oviedo (Asturias)	Latinoamericano	Atea/sostiene que no le interesa mucho el tema	E.S.O	Medio	En pareja
I29	34	Mujer cis	Femenina	Bisexual	La Plata (Argentina)	Madrid	Latinoamericano	Atea/Izquierdas	Máster	Medio	En pareja
I30	33	Persona Trans Masculina /Hombre trans	Masculina	Bisexual: sostiene que realmente no tiene relaciones con hombres, suele tener relaciones con mujeres	Tenerife	Tenerife	Europeo (caucásico)	No religioso, sí espiritual/ Izquierdas	Máster	Medio	Sin pareja
I31	24	Mujer cis	Femenina	Bisexual	Madrid	Madrid	Europeo (caucásico)	Atea/ Izquierdas (comunista)	Máster	Medio-alto	Sin pareja

I32	27	Mujer cis	Femenina	Bisexual	Toledo	Nambroca (Toledo)	Europeo (caucásico)	Espiritual/Izquierdas	F.P Superior	Medio	Sin pareja
I33	27	Hombre cis	Masculina	Heterosexual	Toledo	Argés (Toledo)	Europeo (caucásico)	Ateo/Derechas	F.P. Superior	Medio	Sin pareja

Después de detallar el diseño de la investigación, así como las características sociodemográficas de la muestra utilizada es preciso ahondar en las técnicas de investigación, así como en las herramientas analíticas que se emplearon para el tratamiento de la información recogida.

2.2. Técnicas de investigación y de recogida de datos

El trabajo de campo elaborado para esta investigación ha consistido en la elaboración de 33 entrevistas en profundidad, el desarrollo de una observación participante y el análisis de más de 40 perfiles virtuales en *Tinder*. Profundicemos en los procedimientos seguidos en las técnicas de investigación empleadas.

- Entrevistas en profundidad: entrevistas semi-estructuradas:

Por un lado, se empleó la entrevista semiestructurada. Este tipo de entrevista se caracteriza por presentar una mayor flexibilidad en la estructuración de las preguntas, ya que, aunque se parte de un guion de preguntas, esta se ha ido ajustando a los/as testimonios de los/as entrevistados/as de modo que puedan influir en su desarrollo. De esta forma, se han incorporado otros elementos conforme se han ido realizando las entrevistas, que se han convertido en nuevos aspectos analíticos a considerar, ya que algunas respuestas o testimonios han actuado como inspirador de nuevas hipótesis, planteamientos y/o interpretaciones.

Tal como se mencionaba antes, uno de los canales de comunicación por el que se desarrollaron las entrevistas realizadas a los/as informantes captados por la técnica de bola de nieve fue el chat de *WhatsApp*. En concreto, fueron 21 las que se llevaron a cabo a través de este medio, el cual fue elegido debido a que, tras una exhaustiva revisión de otras investigaciones y literatura existente en lo que a etnografía virtual se refiere, se observó que su uso resultaba muy habitual. Tal es el caso de la investigación de Ardèvol (2003), el cual retoma de otros autores como Hamersley y Atkinson (1994) y destaca que existen diferentes aspectos positivos de no situar las entrevistas en espacios formales y realizarlas en los propios ambientes particulares de las/os entrevistadas/os. Entrevistar a los sujetos en sus propios espacios o ambientes posibilita que estos se relajen a la hora de responder las preguntas en comparación con entornos más formales y presenciales que no les resulten tan familiares. Las características

propias del chat permiten que las preguntas puedan ser respondidas desde la tranquilidad de los espacios familiares de los/as entrevistados/as, sin tener que desplazarse ni adaptarse a un entorno desconocido.

Uno de los efectos más positivos detectados de la utilización de estos canales de comunicación es que, la mayor parte del tiempo, las interacciones o conversaciones que se llevaron a cabo durante el trabajo de campo se quedaban almacenadas instantáneamente. (Sádaba, 2015)

Otro aspecto observable y destacable tiene que ver con cómo las propias características de los chats posibilitan la generación de procesos autorreflexivos. Mediante las preguntas que se van planteando y los tiempos más flexibles que estos medios permiten establecer para pensar la pregunta y elaborar las respuestas, se adquiere una cierta conciencia de las cuestiones que se plantean en las preguntas, así como se permite reflexionar sobre cuestiones que quizás, en otras circunstancias, no se reflexionaría tanto o no invitarían tanto a su reflexión. En la propia experiencia de las entrevistas realizadas, en algunas ocasiones, los/as entrevistados/as referían que era la primera vez que se detenían a pensar sobre los diferentes temas que se iban planteando. También, mediante estos canales se pudo observar la habilidad tecnológica de los/as usuarios/as y el uso que hacen del lenguaje en estos espacios.

Sin embargo, uno de los inconvenientes que plantea este canal es que las respuestas que se obtienen son más estratégicas, así como que permite analizar más los procesos de racionalización que las propias vivencias.

Por otro lado, en este tipo de entrevistas es fundamental crear un contexto adecuado. Para ello, se estableció un día y una hora determinada para llevar a cabo la entrevista como si se tratara de una cita, haciendo notar el valor del tiempo tanto de la entrevistadora como de los/as entrevistados/as. También se concretó el tiempo estimado de la entrevista: en 30 minutos, aunque en muchas de las entrevistas finalmente se sobrepasaron, debido a que los informantes se extendieron en sus testimonios. En algunos casos, llegaron a durar entre 45 minutos y una hora.

En la mayoría de los casos, se realizaron por la tarde, después de las jornadas laborales de los/as participantes, una cuestión importante pues se buscaba que estuvieran relajados/as y en entornos cómodos y familiares, como era el caso de sus propias viviendas, para que pudieran responder a las preguntas desde la calma, la reflexión y la comodidad. Asimismo, fue muy importante crear una situación de empatía con el/la entrevistado/a. Para ello, se trató de fomentar el empleo de audios, para introducir elementos propios de la comunicación no verbal como risas, silencios, entonaciones,

etc. que posibilitaran la creación de una mayor relación de confianza entre investigadora y participantes, así como enriquecer la interpretación de las respuestas que se iban obteniendo. La mayoría de los/as entrevistados/as de este trabajo de investigación se habían ofrecido voluntarios/as para realizar la entrevista animados/as por conocidos/as de la investigadora. Por eso, en estos casos y como inconveniente de este tipo de formato, debido a que a nuestro/a interlocutor/a no lo/a conocíamos mínimamente y que, además, estábamos prescindiendo de toda comunicación no verbal propia de la relación cara a cara, podría resultar mucho más difícil establecer una relación empática durante la entrevista y llegar a profundizar en sus experiencias e impresiones más personales.

Sin embargo y paradójicamente, las condiciones que el chat impone como el anonimato y la invisibilidad corporal podrían provocar que los sujetos entrevistados se sincerasen en la entrevista, independientemente del grado de confianza que existiera entre ambas partes.

Asimismo, se entrevistó a algunos/as informantes empleando llamadas telefónicas, que eran grabadas mediante la aplicación *Call recorder*, así como por medio de videollamadas, realizadas a través de la aplicación *Zoom*, que también permitía su posterior grabación. En el caso de las primeras, se realizaron un total de 2 entrevistas, mientras que en el caso de las videollamadas fueron 10 las que se llevaron a cabo de esta forma.

En relación a las ventajas e inconvenientes que implicaron estos últimos canales de comunicación, uno de los efectos positivos observados fue que sus propias características posibilitaron generar un entorno más cómodo que potenciara la empatía entre investigadora y participantes, pues, especialmente en el caso de las videollamadas, fue más fácil trasladar elementos de la comunicación no verbal predominantes en la presencialidad, como gestos, risas, silencios, etc., que permitieran la producción de un espacio de confianza, así como interpretar con más detalle la información proveniente de los/as entrevistados/as.

Sin embargo, como inconveniente, estos canales promueven que las respuestas a las preguntas sean más rápidas e instantáneas, por lo que podría ser que las respuestas obtenidas fueran menos reflexivas. Otro efecto observado que podría constituir una desventaja es que los/as entrevistados/as no suelen estar tan protegidos como lo están mediante los chats, pues no existe la protección de la pantalla como tal, y se borran en cierta medida los límites del anonimato. Así, pueden haber desarrollado más pudor a la hora de hablar sobre emociones e intimidades.

También, se intentó llevar a cabo algunas entrevistas mediante el propio chat de *Tinder.* Sin embargo, el resultado no fue el esperado y finalmente se desechó la idea. Una de las razones por las que se descartó esta opción fue que se demostró que estas entrevistas iban a ser menos profundas, especialmente, por las limitaciones de comunicación que impone el uso solo de mensajes de texto en el chat, pues no se pueden enviar audios, lo cual provoca que sea mucho más difícil comprender el sentido y significado de las interacciones, en muchos casos. Por otro lado, al tratarse de informantes captados a través de la misma aplicación, conseguir que contaran sus experiencias y accedieran a responder a las preguntas era un poco más difícil que en el caso de los contactos captados por bola de nieve. Se detectó que esto podría deberse a que, al tratarse de personas que están en la aplicación buscando pareja, quizás estas no iban a implicarse demasiado en algo que se escapaba de sus intereses para con la *app* o incluso esta motivación podría actuar como elemento de disrupción.

En cualquier caso, mediante esta técnica de investigación (la entrevista) se consiguió que los/as entrevistados/as pudieran reflexionar sobre su propia práctica y pudieran expresar sus experiencias, emociones y sentimientos en relación con la aplicación de citas y su uso. Igualmente, las presunciones personales acerca del uso de la aplicación de citas influenciaron en parte el planteamiento de las preguntas que fueron formuladas, así como la manera de interpretarlas por parte de los/as entrevistados/as. De esta forma, el hecho de que a muchos/as de los/as entrevistados/as les fuera difícil explicitar las respuestas o lo que pensaban en relación con las preguntas ha sido interpretado más como una falta de autorreflexividad o de capacidad metacomunicativa, que como una respuesta que denota una inadecuación de la pregunta propuesta.

Por otro lado, en relación a las principales temáticas que se abordaron en las entrevistas, podrían agruparse en torno a cinco ejes, los cuales después han servido como categorías orientadoras para la organización del análisis empírico de los resultados obtenidos: el funcionamiento de la aplicación y motivaciones de los/las usuarios/as en la misma, el proceso de elaboración de los perfiles virtuales y de selección de otros con los que conseguir un posible *match*, emociones en el uso de la aplicación de citas, hábitos de utilización de la misma, y las interacciones y vínculos socio-afectivos que se desarrollan en y/o a partir de ella. Se presenta el guion de las entrevistas en el anexo incorporado al final de este trabajo.

Estos bloques temáticos fueron abordados tras la iniciación de las entrevistas mediante la explicación de la finalidad académica de las mismas, así como el planteamiento de diversas preguntas en relación con la ubicación biográfica de los/as usuarios/as.

Ambos procedimientos ayudaron a construir un entorno cómodo para los/as entrevistados/as, así como de cercanía con la investigadora, que facilitó después una contestación más relajada de las preguntas más específicas que se iban planteando sobre el uso que habían hecho o hacían de la aplicación. Asimismo, también se decidió plantear a los/as entrevistados/as si les apetecía compartir con la investigadora algunas de las fotografías, así como la descripción en texto con las que configuraron su perfil virtual en la aplicación, especialmente aquellas imágenes con las que se sintieran más representados/as. El objetivo de esta propuesta era poder analizar sus relatos sobre el proceso de elaboración de un perfil virtual (identidad digital) observando su propio perfil virtual. En algunos casos accedieron y en otros no, a pesar de que se refirió que las imágenes serían siempre pixeladas, en caso de ser utilizadas, para salvaguardar su intimidad.

En cuanto al proceso de almacenamiento y producción de los datos recogidos por medio de las entrevistas, en primer lugar, se reunieron las entrevistas desarrolladas a través de los chats de *Whatsapp* en una carpeta de *Google Drive*. Las realizadas mediante la aplicación de *Zoom*, se almacenaron en el escritorio del ordenador. Y las de las llamadas telefónicas en la memoria del dispositivo móvil de la investigadora. Después, con ayuda de la herramienta de la que dispone la aplicación de *Google Drive* de escritura por voz se procedió a transcribir las entrevistas.

- Observación participante:

Asimismo, tal como antes se mencionaba, como técnica de investigación se empleó la observación participante para poder obtener:

> Conocimiento social de lo que sucede en este espacio de comunicación, de las relaciones entretejidas, de los vínculos afectivos, de las jerarquías establecidas y de las dinámicas colectivas. Conocimiento que no puede inferirse exclusivamente del análisis textual. Este conocimiento y esta memoria forman parte del conocimiento etnográfico y constituyen en buena medida el marco interpretativo del investigador. (Ardèvol, 2003, pág. 6)

La fase de observación participante fue iniciada en paralelo a la elaboración de algunas entrevistas. Durante esta fase de inmersión en la aplicación, tuvo lugar, de forma simultánea, la exploración de la aplicación y sus funciones, la revisión y análisis de los diferentes perfiles virtuales que iban apareciendo, así como el desarrollo de diferentes interacciones virtuales a través del chat con diversos usuarios, de modo que surgieron diversas cuestiones que fueron de gran interés y que incluso después fueron abordadas en el resto de las entrevistas. La combinación de las entrevistas con el desarrollo de las

conversaciones que se produjeron en la aplicación de citas durante el proceso de observación participante posibilitó interactuar de diferentes formas con la comunidad que se pretendía estudiar.

Durante el desarrollo de esta fase de la investigación (observación participante) se fueron recogiendo y elaborando notas de campo acerca de los acontecimientos que fueron sucediendo durante el proceso de inmersión de la investigadora en la aplicación, teniendo en cuenta tanto su propia experiencia personal, ya que se insertaba en un entorno virtual cuyas normas y simbología desconocía, como las actuaciones de los integrantes de esta nueva cultura virtual. En concreto, se trató de observar con detalle sus formas de comunicar y relacionarse. Asimismo, se almacenaron en carpetas en la base de datos y codificaron las imágenes de los perfiles virtuales revisados, en función de las cuestiones analíticas, desglosadas en el marco teórico, que querían ser observadas.

Mediante la observación participante se consiguió analizar el propio proceso de aprendizaje e iniciación de la investigadora en los procesos de conformación de una identidad digital, así como en relación con la experiencia chatera y el establecimiento de interacciones virtuales. Estos procesos sirvieron para demostrar cómo la identidad de la propia investigadora también se vio sometida a un proceso de reconstrucción y/o remodelación según se desarrollaba y avanzaba el trabajo de campo. De hecho, esta identidad se fue articulando en torno a dos tensiones: por un lado, entre una autoidentificación y, por otro, en torno a la identidad social como investigadora. Fruto de esas tensiones se generaron dudas sobre la configuración del propio perfil en donde se reflexionó sobre qué identidad debía prevalecer en dicha configuración inicial.

Se podía o bien “iniciar la inmersión de manera anónima y esperar a estar más en confianza para explicar el propósito y pedir autorización formal para utilizar la información y realizar la entrevista en profundidad” (Villegas, 2008, pág. 546), (haciendo prevalecer la identidad personal) o bien especificar que los principales fines de la presencia en la aplicación eran investigativos (haciendo prevalecer la identidad como investigadora). Finalmente, se optó por incluir en la descripción en texto del perfil virtual la siguiente frase: “haciendo una investigación social”, con el objetivo de aclarar desde el principio las motivaciones reales de la investigadora en el uso de la aplicación.

En cualquier caso, dado que el apartado de la descripción en texto suele aparecer en un espacio no muy destacado del perfil y que, tal como después se detallará, en la observación de los perfiles por parte de los/as usuarios/as prima la revisión de las imágenes por encima del texto, podría decirse que la investigadora durante el proceso

de inmersión en la aplicación (seis meses aproximadamente) adoptó un papel de observadora silenciosa (Pinto, 2007). Esto es, pasó la mayor parte del tiempo que duró la inmersión en la aplicación desapercibida mientras realizaba la observación o exploración de este entorno virtual.

Se propuso la observación participante como una técnica de investigación adecuada a emplear debido a que se trataba de explorar y analizar un fenómeno en el que cobra una especial importancia la deseabilidad social. Además, ha existido o existe cierto estigma social ante el hecho de buscar y/o establecer vínculos socioafectivos mediante aplicaciones de citas, lo que ha llevado o lleva a algunos/as usuarios/as a ocultarlo en sus entornos más cercanos y a enfocarlo como un asunto privado. También, en el espacio virtual se adopta una determinada forma de interacción y de prácticas sociales, así como de relaciones y comportamientos con una idiosincrasia que merecía ser estudiada de forma más detallada.

Este trabajo de investigación toma como referencia el concepto de "objetivación participante", desarrollado por Bourdieu (2006), para justificar la inclusión de la experiencia de la observadora, en este caso, y su posición social en el trabajo de campo. Mediante este concepto, este autor proponía explorar las condiciones sociales en las que se da la experiencia del sujeto que conoce u observa, para tener en cuenta cómo la posición social del/ de la investigador/a, es decir, su pasado personal y social, en tanto sujeto inmerso en la realidad social, se hace presente en cada indagación que este/a desarrolla. A través de la objetivación de las circunstancias desde las que, en este caso, la observadora analiza subjetivamente su objeto de estudio, esto es, objetiva los procesos que la investigadora desarrolla en su proceso investigativo, se puede aportar objetividad a esa mirada subjetiva. Por ello, es interesante considerar y ahondar no solo en el propio proceso de conocimiento o exploración de la investigadora sino también desde dónde (posición social) se desarrolla dicho proceso.

2.3. Reflexión metodológica: la experiencia personal, cuestiones técnicas y ciertas complicaciones a nivel metodológico.

Para llevar a cabo este último cometido, se decidió elaborar un diario de campo, en donde se recogieron aspectos de la experiencia de la investigadora observados durante el trabajo de campo que resultaron de gran interés para la investigación.

Uno de estos aspectos observados resulta del hecho de que la investigadora se identifique y/o sea reconocida como mujer cisheterosexual, así como que haya sido socializada como tal, y tiene que ver con el desarrollo de algunas entrevistas, en concreto, con usuarios varones de la aplicación. Se observó cómo la formulación de las

preguntas supuso una mayor reflexión y (auto)cuestionamiento. Esto se debió principalmente a que, a pesar de que se buscaba promover un entorno lo más cómodo posible en todo momento para todos/as los/as usuarios/as, poniendo así el foco en el/la otro/a en todo momento y tratando de evitar que dicho/as usuario/as pudieran sentirse incómodos con la formulación de las preguntas, en esas se tuvo especial cuidado, teniendo en cuenta el clima de reacción patriarcal actual (liderado, en su mayoría, por varones). De algún modo, se trató de no ser interpretada como una amenaza, reproduciendo, probablemente de forma inconsciente, el mandato patriarcal de mujer comedida y agradable, a pesar de que las cuestiones a tratar generasen emociones negativas, difíciles de camuflar.

Otro de estos aspectos observados está relacionado con la propia percepción de riesgo de la investigadora en cuanto a las interacciones virtuales a través del chat de la aplicación, que demuestra cómo la propia experiencia de mujer supone afrontar determinadas situaciones cotidianas con cierto miedo e incluso en estado de alerta, debido no solo a la existencia de peligros reales sino también a causa de la cultura del miedo inculcada en las mujeres desde su más pronta infancia.

Por otro lado, tanto esta misma condición de mujer cisheterosexual de la investigadora como su origen geográfico europeo y procedencia de un entorno socio-económico y cultural acomodado, así como el hecho de que posea rasgos leídos y/o reconocidos como occidentales, también obligó o hizo necesaria una revisión o (auto)cuestionamiento de las propias circunstancias sociales desde las que se estaba observando, con el objetivo de aportar una mayor objetividad a todo el proceso investigativo. En este sentido, se pretendió formular con especial cautela determinadas preguntas a determinados/as informantes, especialmente a aquellos/as que, por sus condiciones sociales, pudieran ser más vulnerables a sufrir violencia o discriminación en su cotidianeidad. Asimismo, se buscó que los/as entrevistados/as no se sintieran utilizados/as como objetos de investigación, sino que se experimentasen como sujetos partícipes de la investigación.

Estas cuestiones señaladas ponen de manifiesto la importancia de considerar la experiencia como sujeto situado en el entramado social de la propia investigadora, ya que la mayor objetividad se consigue cuando se toma conciencia de la propia subjetividad y de cómo esta participa en el proceso de investigación. Asimismo, incluir la experiencia propia de la investigadora como usuaria de la aplicación ha posibilitado profundizar en algunas cuestiones y aportar cohesión a esta investigación, principalmente porque conocer los lenguajes y códigos propios de la aplicación ha

facilitado la comprensión de las experiencias y comportamientos de las personas usuarias y, por tanto, el desarrollo de la investigación. Existía cierta preocupación sobre si la información que se iba revelando por los/as participantes, así como aquella que se iba recabando de otros perfiles encontrados en la aplicación podía ser falsa, debido a que uno de los inconvenientes de este tipo de estrategia metodológica es la imposibilidad de verificación de la veracidad de los testimonios que se van recabando. Sin embargo, tal como sostiene Christine Hine (2004), "los estándares de autenticidad no tendrían que ser tomados en cuenta como absolutos, sino como negociados y sostenidos situacionalmente." (pág. 64) ya que:

> La búsqueda de un conocimiento realmente auténtico de las personas o de los fenómenos está destinada a su irresolución. Y el propósito del etnógrafo no tendría que ser, en todo caso, importar un criterio externo para juzgar si es seguro creer en lo que dicen los informantes, sino comprender cómo los informantes valoran la autenticidad, lo cual implicaría aceptar que "el informante" es una figura parcial y no una identidad total. (Hine, 2004, pág. 64)

Además, en el caso concreto de este trabajo de investigación, lo realmente importante ha sido explorar aquello que se construye como auténtico pues posibilita abordar y analizar el espacio de la deseabilidad social, que en la contemporaneidad cada vez está más dominado por el discurso de que lo bello y atractivo es lo natural y auténtico.

Asimismo, se pretendió que las entrevistas no supusieran una inversión excesiva de tiempo. Aunque una de las ventajas de realizarlas a través de los canales elegidos (chat de WhatsApp, videollamada y llamada telefónica) fue la posibilidad de establecer los tiempos o de gestionarlos a disposición de ambas partes, en algunas ocasiones fue complicado conseguir ajustar los tiempos. De hecho, algunas entrevistas fueron interrumpidas o incluso pospuestas. Debido al anonimato y descorporeización que permite el chat, se dio el caso de algún plantón, o de que avisaran poco antes de la realización de la entrevista para posponerla. Eso generaba cierta inseguridad por si se rompía el clima adecuado para hacer la entrevista. En otras ocasiones, se hicieron algunas entrevistas el mismo día, una detrás de otra, lo que generó un cierto cansancio en la investigadora. En el caso concreto de las entrevistas llevadas a cabo por el chat de WhatsApp, se observó que cuando tenían lugar ciertas pausas, debido a que el/la informante se ausentaba por diversos motivos, esto podía provocar que se perdiera en algunos casos en cierta medida la continuidad de la misma. Incluso el hilo o el guion de la entrevista semi-estructurada podía verse también alterado o afectado por estas pausas. Así, aunque este tipo de canal se caracteriza por la inmediatez en las

respuestas, se tuvo que esperar con paciencia, en varias ocasiones, a que el/la interlocutor/a pensase, elaborase y enviase las respuestas.

En el caso de las entrevistas llevadas a cabo por videollamada, a través de Zoom, se observó que, al existir un límite de tiempo para las sesiones en la versión gratuita de la aplicación, esto provocó una cierta preocupación por parte de la investigadora por si se acababa el tiempo estipulado de la sesión programada antes de que la entrevista finalizara. Cuando este límite de tiempo está próximo a agotarse, unos diez minutos antes, la aplicación avisa al usuario/a que ha convocado la reunión para que pueda finalizar dicha sesión y comenzar otra, si así lo desea. En la mayoría de las ocasiones, fue necesario convocar otra reunión de Zoom para continuar con la entrevista. Aunque se trató de que esa pausa entre una reunión y otra no interrumpiera la exposición de una respuesta a alguna pregunta formulada, en algunas ocasiones, no se pudo evitar que estas coincidieran, lo que supuso una cierta incomodidad al tener que interrumpir el discurso del/ de la informante y que tuviera que retomar y/o repetir su respuesta en la posterior reunión. Sin embargo, finalmente, en ningún caso se apreció un efecto negativo que pudiese alterar la calidad de las respuestas de los/as entrevistados/as.

En el desarrollo de las entrevistas, también, se apreciaron ciertas diferencias de género. Por un lado, los informantes masculinos solían extenderse menos en las respuestas o no conectaban tanto con las sensaciones que les provocaban ciertas circunstancias relacionadas con la aplicación. Además, solía ser más difícil que contestasen ajustándose a lo que se les preguntaba. En cambio, ellas eran más organizadas en sus respuestas y no tendían a dejar nada sin responder. No obstante, se observó que, en ambos casos, cuando se planteaban ciertas preguntas, especialmente, en relación con la observación de sensaciones propias, se declaraba no haber reflexionado en profundidad sobre las mismas.

Otra complicación más que se encontró fue la dificultad para que hombres heterosexuales participasen en el estudio, pues en muchas ocasiones se mostraban reacios a compartir su experiencia de uso. Algunos alegaban que les daba vergüenza, otros que no la habían usado tanto, así como que, en su grupo de amigos, existía un cierto estigma a hablar sobre si usaban la aplicación.

Por otro lado, y tal como antes se mencionaba, para comenzar el proceso de inmersión en *Tinder*, se decidió declarar en el perfil virtual las motivaciones reales de la investigadora con el objetivo de vivenciar las sensaciones que experimentan los/as usuarios/as de la aplicación para su posterior análisis, pero teniendo en cuenta ciertas consideraciones éticas. Esto en ningún caso supuso un obstáculo para la investigadora

a la hora de conectar con otros usuarios en la aplicación o establecer interacciones virtuales.

En cuanto al proceso de elaboración de dicho perfil, resulta pertinente destacar algunos aspectos. Por un lado, para elaborar el perfil virtual la aplicación solicita el acceso a la misma a través de diferentes vías. Una de ellas es a través del perfil de *Facebook* que demuestra la conexión existente entre las dos aplicaciones móviles. Otra opción para acceder es a través de la cuenta de *Google* y, una tercera opción, quepropone acceder a través del número de teléfono móvil.

En el caso concreto de la investigadora, se accedió mediante la cuenta de *Facebook* y se aceptaron todos los permisos para poder continuar, incluido el acceso a la ubicación del dispositivo. Después, la aplicación solicita que se indiquen algunos parámetros básicos tales como el nombre de usuario/a, el teléfono móvil, con qué identidad de género se identifica el/la usuario/a (y si quieres que se refleje en tu perfil virtual), la orientación sexual (también si quieres que quede reflejado), así como qué perfiles deseas explorar (de mujeres, de hombres, de ambas opciones). Asimismo, se puede detallar el rango de edad (18-55+) que se prefiere y la distancia máxima en kilómetros (de 2 a 160 km). Se completaron dichos parámetros, detallando que se pretendía explorar tanto perfiles de hombres como de mujeres, así como se estableció el siguiente rango de edad: 18-30.

El hecho de que una de las primeras cuestiones que la aplicación solicita al/ usuario/a para elaborar su perfil (presentación de sí mismo/a ante los demás) sea su identidad de género denota o sirve para demostrar la importancia que la categoría social de género posee en la contemporaneidad, no solo como categoría analítica sino como criterio de identificación social y/o como forma de ser y estar en la estructura social. Así, de algún modo, se demuestra la importancia de su observación y análisis.

Tras estos pasos, se procedió a seleccionar las fotos del perfil. La aplicación solicita que se incluyan de 1 a 6 fotografías. Este paso, a pesar de que en un primer momento se pensó que se trataría de una cuestión sencilla, después demostró una serie de complicaciones pues, por un lado, se observó que no se disponía de demasiadas fotos en solitario. Y, por otro, que era necesario un análisis más o menos profundo sobre qué imágenes subir a la plataforma digital. Surgieron algunas sensaciones de inseguridad en su selección vinculadas a cuáles serían las mejores opciones, especialmente, teniendo en cuenta que se buscaba transmitir sobre todo una imagen profesional. Se pretendía llevar a cabo una diferenciación entre las intenciones del resto de los/as usuarios/as de la aplicación vinculadas a la búsqueda de vínculos socio-afectivos y las

principales motivaciones de la investigadora que eran académicas, lo que podría interpretarse como expresión del miedo al posible estigma y/o reticencia por parte de la investigadora a que su perfil pudiese ser equiparado al de cualquier otro/a usuario/a.

Otra cuestión importante en relación a la configuración del perfil virtual tiene que ver con la paradoja (que requiere trabajo adicional) de tener que presentar como expresión espontánea (expresión del yo más fidedigno, más auténtico, más íntimo) lo que ha sido objeto de un trabajo minucioso de elaboración con el que gestionar las impresiones y legitimidades públicas. Es decir, al mismo tiempo que se trata de transmitir una imagen de naturalidad, espontaneidad, autenticidad y cierta indiferencia en relación con la mirada y/o juicio del/de la otro/a, se desarrolla una elección muy cuidadosa de las imágenes que publicar en el perfil virtual, anticipando las posibles percepciones de los/as otros/a sobre las mismas. De este modo, se intensifican los procesos de alteridad y objetivación que caracterizan todo procedimiento de producción y legitimación de las identidades sociales.

En cuanto a la complicación observada sobre la no disposición de demasiadas fotos en solitario para la elaboración del perfil virtual,se precisaba haber invertido tiempo en su realización, así como, tal como antes se refería, estar en posesión de un dispositivo móvil de calidad con el que poder elaborarlas. Por tanto, se apreció que, para tener un perfil competitivo en el mercado de las miradas, era necesario una inversión, no solo de tiempo personal sino también de capital económico. Así, se siguen reproduciendo en la aplicación desigualdades y jerarquías sociales.

Durante este proceso, también se apreciaron ciertas inseguridades sobre la opinión del entorno más cercano. La exposición pública a la mirada crítica o juicio de personas conocidas, de algún modo, generaba incomodidad e inquietud. Se podía comprender perfectamente a aquellas personas entrevistadas que habían referido que, al experimentar dichas sensaciones, especialmente cuando se encontraban en espacios donde gente de su entorno pudiera conectarles, habían optado por desinstalarse la aplicación.

Sin embargo, esa sensación de inquietud ante la exposición al potencial juicio de los/as otros/as no solo estuvo presente cuando la investigadora se encontraba en entornos donde podía ser reconocida, sino desde el primer momento en que se elaboró el perfil en la aplicación. Tanto es así que se decidió en varias ocasiones cambiar las fotos del mismo, pensando que quizás las seleccionadas no iban a conseguir ningún *match* que ofreciera la posibilidad de entablar conversaciones con otros usuarios. Por tanto, se

pudo experimentar una cierta preocupación por el recibimiento y aprobación del perfil virtual en la aplicación.

Además, pasados más o menos dos meses desde la elaboración del perfil, se suprimieron todas las fotos que se habían publicado excepto la primera. Esto también surgió a causa de la problematización que un usuario hizo del perfil virtual de la investigadora sugiriendo que era difícil pensar que solo estaba ahí haciendo una investigación social cuando había publicado tantas fotos en el perfil. Es decir, que inducía una sospecha que desautorizaba la identidad social con la que se pretendía poner en escena la presentación pública de la investigadora en la aplicación. Este comentario suscitó cierto miedo a que la elaboración de una cuenta en una aplicación de citas como Tinder, en tanto que mujer se convirtiera en objeto de sospecha y potencial expresión de un déficit moral, ante un inadecuado desempeño del rol femenino de objeto deseado (más que deseante). Esta llamada de atención del usuario sobre la investigadora podría interpretarse a modo de correctivo o incluso como método para provocar vergüenza por haber violado el rol pasivo de objeto deseado y adoptar una actitud de sujeta deseante. La problematización y cuestionamiento del registro interpretativo desde el que se había ubicado el perfil de la investigadora pone de manifiesto el estigma social que rodea a las mujeres, cuyas conductas, especialmente aquellas que cuestionan el rol pasivo que se les ha asignado tradicionalmente, así como la sumisión a demandas patriarcales, etc., conducen a cuestionamientos de su estatus moral, un aspecto que, además, se tiene muy interiorizado. Asimismo, esta situación muestra las dificultades y ambivalencias a las que la investigadora se enfrenta para desubicarse como participante y actuar como pura observadora.

La decisión de publicar varias fotografías perseguía elaborar el perfil virtual con el objetivo de inducir precisamente confianza y cercanía en los otros usuarios, y así facilitar su posible interés en iniciar o establecer contacto virtual. Además, esta decisión también desvela cómo, de algún modo, las fotos se estarían empleando como una incorporación a un ritual con el que se hace género y mediante el que se lleva a cabo una autocosificación del *self* para conseguir *likes* de otros usuarios.

Tras seleccionar y publicar las imágenes en el perfil, se ofrece también la posibilidad de elaborar una pequeña descripción personal en texto, con un máximo de 500 caracteres. Tal como la mayoría de los/as usuarios/as reconocen en las entrevistas, este paso no supuso una gran inversión de tiempo en comparación con la selección de las imágenes, de modo que muestra lo que se pone en juego a la hora de validar o valorar un perfil virtual. Asimismo, tal y como se ha comentado, el perfil puede vincularse con los perfiles

de otras redes sociales como *Instagram* y *Spotify*, un aspecto que permite compartir más datos sobre uno/a mismo/a, así como conocer aún más información sobre la vida de los/as usuarios/as con los que se conecta.

Una vez terminada la elaboración del perfil, aparecieron una serie de perfiles virtuales a explorar. Se trataba de ir aceptándolos o descartándolos de forma anónima. Si te gustaban, había que tocar el corazón verde que aparece en el perfil virtual que se está explorando o deslizar a la derecha con el dedo (lo que se denomina en la jerga de la app como hacer *swipe* a la derecha). En cambio, si querías rechazar un perfil había que tocar el corazón rojo o deslizar hacia la izquierda, es decir, hacer *swipe* a la izquierda. Era necesario deslizar o tocar los perfiles que iban apareciendo en la pantalla para poder ver los siguientes, ya que la aplicación solo permite ver un perfil a la vez. Mientras se deslizaba de un lado a otro en la aplicación, como si se tratara de escoger un producto de un catálogo, el sistema de la aplicación iba almacenando las preferencias en cuanto a nombre, edad, geolocalización, fotos, biografía, música, etc. También, queda registrado el tiempo que se dedica a observar cada imagen, atendiendo a sus colores, formas, siluetas, etc., así como los lugares y eventos que se frecuentan. Es decir, se asiste a un registro total de los propios movimientos y actuaciones.

Las opciones de no pago de la aplicación establecen un límite de deslizamientos a la derecha, especialmente para incitar a los/as usuarios/as a descargarse opciones de pago; en cambio, durante la experiencia personal de uso de la aplicación no se alcanzó ni se superó en ningún momento ese límite.

En este sentido, se observó que pocos segundos después de la elaboración del perfil virtual, tal como algunas usuarias en las entrevistas habían referido, aparecieron un gran número de *likes* de diferentes usuarios. En concreto, apareció un indicador, (+99), en el área personal de la usuaria. Para poder saber quiénes son aquellos usuarios que han *likeado* tu perfil, la aplicación ofrece la opción de contratar la versión de pago *Tinder Gold,* cuyo precio varía en función de los meses que se mantenga la suscripción (25,99 euros por un mes; 12,49 euros al mes durante seis meses u 8,74 al mes durante doce meses).

Esta dinámica se ha desvelado que es desigual en función del género, ya que la mayoría de los usuarios han referido en las entrevistas que no les suelen salir tantos *likes* en comparación con sus compañeras usuarias; algunos afirman que aproximadamente unos 5 *likes*. A través de ella, persigue generar adicción a la aplicación, esto es, que los/as usuarios/as entren y revisen la aplicación una y otra vez para comprobar si tienen

más *likes o* que se descarguen la opción de pago para saber a quién/ quienes están gustando.

En la observación de los perfiles virtuales que iban apareciendo en la aplicación, se apreció, por un lado, perfiles con descripciones ingeniosas, elaboradas con frases cortas en su mayoría. Esto permitió reflexionar sobre el propio contexto de sobre-estimulación que caracteriza a las redes sociales en donde se impone captar la atención de los/as usuarios/as de forma rápida y estratégica. Así los mensajes cortos e ingeniosos se muestran mucho más efectivos para generar un cierto impacto o llamar la atención de los/as otros/as usuarios/as en comparación con una autodescripción más extensa. Para poder leer la totalidad de la descripción de un perfil, hay que hacer un leve *clic* o *scroll* inferior (desplazar el dedo hacia abajo) para bajar la pantalla y poder leerlo, por lo que muchos/as usuarios/as, tal como se detalla en algunas entrevistas, suelen emplear las imágenes como criterio rápido de selección de perfiles. Esto muestra la importancia que adquiere en la aplicación las imágenes por encima del texto, las cuales, además, no suelen estar relacionadas con lo que se refiere en el mismo.

Otro aspecto importante a resaltar tiene que ver con lo que se denomina como *match* dentro de la jerga de la aplicación. Este concepto se emplea para nombrar a la coincidencia mediante la que dos usuarios/as muestran interés por el perfil del/de la otro/a respectivamente y la aplicación se lo hace saber a ambas partes. Para ello, cuando se da *like* a un perfil (*swipe* a la derecha) y este último reacciona devolviendo otro *like*, aparece una pantalla en la aplicación con un texto: “It´s a match= es un emparejamiento”. Como efecto se produce la apertura de un chat privado que posibilita comenzar la interacción virtual. Si se detecta algún tipo de comportamiento que pudiera ser interpretado como denunciable, la aplicación ofrece la posibilidad de desplazar hacia arriba el *match* y proceder a la denuncia del mismo.

En relación a la propia experiencia con las interacciones virtuales a través de los chats de la aplicación, se pudo observar que, en cuanto se dio *like* a unos cuantos perfiles, enseguida se hizo *match* con varios usuarios. El proceso de *likear* perfiles fue totalmente aleatorio, en un principio, aunque después se observó que, tal como sucedió en el caso de la selección de los perfiles sometidos a análisis, se trató de conectar con perfiles mediante los que pudieran ser observadas algunas de las cuestiones analíticas desglosadas en el marco teórico.

Tras esos primeros *likes* y la consecución de diferentes *matches*, durante una tarde-noche se abrieron unos doce chats de diferentes usuarios; algunos iniciaban la conversación haciendo alusión a la descripción en texto, es decir, preguntando acerca

de qué era eso de la investigación social que supuestamente estaba haciendo. Cada vez que una persona envía un mensaje, sale una notificación al/ a la usuario/a para que acceda a la aplicación a fin de revisarla. Sin embargo, cada vez que se entra en la aplicación aparecen diferentes anuncios de las versiones de pago; de hecho, puede resultar algo engañoso porque nada más entrar se abre una pantalla en la que se solicitan datos de pago.

Tras establecer la primera interacción a través del chat, surgieron diversas dudas sobre cómo explicar las intenciones del alta en la aplicación sin que estas desmotivaran a los usuarios a continuar con la conversación; así como sobre la forma de preguntarles si querían compartir su experiencia de uso. Finalmente, en esta primera interacción se optó por explicarlo tal como se había hecho con las entrevistas por *WhatsApp*. Sin embargo, al explicarlo, la respuesta del usuario fue que no iba a facilitar su número de móvil porque no existía aún la suficiente confianza para ello.

De esta experiencia se dedujo la percepción paradójica de la privacidad de los/as usuarios/as de este tipo de redes sociales y, también, con la ética digital. Se puso de manifiesto que los/as usuarios/as de este tipo de aplicaciones, a pesar de que al emplearlas están exponiendo su intimidad, pues no solo se plasman imágenes de uno/a mismo/a sino también información personal sobre intereses, lugar de residencia, edad, etc., muestran reticencia y cierto pudor en relación con exponer al escrutinio público sus vidas personales.

Asimismo, mediante esta experiencia chatera se pudo comprobar cómo los usuarios varones son los que tienden a iniciar la conversación a través del chat. De hecho, no fue necesario tomar la iniciativa en ningún caso para conseguir establecer interacciones virtuales, pues los usuarios solían adelantarse.

Por otro lado, tal como antes se planteaba, se tuvo en cuenta que probablemente las personas que estuvieran en la aplicación con la intención de conocer a gente o buscar pareja no quisieran colaborar con una investigación mediante una entrevista. Es más, algunos, al proponérselo, preguntaban si la investigación se encuadraba dentro de un trabajo o estudios o si era a nivel personal- Por ejemplo, un usuario preguntó si se trataba de una forma rara de filtrar gente. Es decir, el contacto con estas personas iba a ser diferente que en el caso de *WhatsApp* en el que ellos/as habían accedido a colaborar con la investigación; en este caso, la propuesta de colaboración podía ser para ellos/as un tanto brusca, extraña o intrusiva.

Un aspecto curioso tiene que ver con cómo muchos usuarios querían modificar el marco en el que se definían los términos de la interacción. Aunque se explicitaba que esa

interacción tenía lugar en el marco de una investigación social, muchos de los usuarios reorientaban el marco a fin de construir un posible vínculo socio-afectivo; por ello, podían llegar a proponer diferentes preguntas a la investigadora sobre su propia vida personal convirtiendo a la entrevistadora en entrevistada. Otros preguntaban si se poseía un perfil virtual en otras redes sociales, como es el caso de *Instagram*, en donde poder identificar aspectos más vinculados a la vida personal. Otros empezaban la conversación del chat sin hacer alusión a la investigación social, lo cual puede significar, o bien que no se habían leído la descripción o bien que les era indiferente y querían resignificar el cometido de la cuenta en *Tinder.* Algunos trataban de captar la atención mediante la realización de comentarios diversos sobre las fotos publicadas en el perfil, ya sea bien adulando su aspecto o bien planteando preguntas sobre las mismas (por ejemplo, sobre dónde habían sido realizadas). En general, cuando se les planteaba que si se animaban a participar en la investigación solían acceder, aunque, en aquellos casos en los que se había iniciado la conversación sin hacer alusión a la investigación, se mostraban más reticentes a colaborar y participar. En algunos casos definieron de antemano los términos de la interacción, y mencionaron que no querían demasiadas preguntas y que ellos también querían preguntar, es decir, de algún modo, de nuevo, obviaban el objetivo de la investigadora en la interacción virtual y/o querían recomponer su posición asimétrica de poder.

Estas interacciones a través del chat de *Tinder* han sido analizadas como parte del proceso de observación participante, especialmente porque, tal como se señalaba antes, las respuestas que se obtuvieron carecen de detalles o profundidad como para ser incluidas en la fase de entrevistas en profundidad.

En cuanto al funcionamiento de la aplicación, es interesante la sensación de saturación que genera, pues son varios chats los que se abren al mismo tiempo, de modo que esto supone una activación intensa al tener que contestar a varias personas simultáneamente. Pasaron varios días hasta que se pudo ir respondiendo a todos los chats que se habían ido abriendo desde que se descargó la aplicación.

Por ello algunos chats se quedaban o bien sin contestar o bien no se continuaba la conversación que se había iniciado a través de ellos, muchas veces de forma inintencionada. Así, se podría decir que es fácil generar ciertas inseguridades y malestares mediante esta aplicación pues, en ningún momento, sabes realmente cuáles son los motivos y las interpretaciones de los/as usuarios/as con los/as que conectas. Además, la aplicación también posibilita conocer el estado de actividad de cada usuario/a, mediante dos funcionalidades. La primera permite observar si los/as

usuarios/as se han conectado en las últimas 24 horas y, la segunda, permite observar si los/as usuarios/as están en línea. Ambas funcionalidades están activadas por defecto, una vez se elabora el perfil en la aplicación. Solo es posible desactivarlas en la configuración del perfil, en ajustes. De este modo, además de que se fomenta un control exhaustivo interpersonal, también se pueden intensificar dichas inseguridades y malestares, por el hecho de conocer que el usuario/a en el que estás interesado/a está haciendo uso de la app y desconocer los motivos por los que no está interactuando contigo.

También, por otro lado, fue interesante experimentar en primera persona la insistencia de ciertos usuarios en establecer interacciones virtuales y recibir respuestas inmediatas por el chat. Al no contestar al primer mensaje por el chat, en concreto, al: "Hola, Rebeca, ¿cómo te encuentras?", optaban por llamar tu atención apelando a la vanidad.

Asimismo, la aplicación pone en marcha una serie de estímulos, como son la exposición a mensajes que actúan como notificaciones, para incitar a conectarte con frecuencia. Algunos ejemplos de estos mensajes son: "Hola, bombón ☺ Estás recibiendo más Likes que nunca (emoticono de un ok)" o "Cuando quieras poner un poquito de emoción a tu vida, aquí estamos (emoticono de dos ojos)" Además, se activan mecanismos de disciplinamiento del comportamiento del/la usurario/a que inducen una disposición compulsiva a estar siempre conectado/a. Por ejemplo, en estos mensajes te avisan de que, si no usas la aplicación, tu perfil perderá visualizaciones o incluso podrías ser retirada de la app. Se busca incitar un estado de angustia ante la impresión de estar perdiendo algo por no estar disponible en la aplicación o de que vas a perder lo que has conseguido en ella mientras la has usado, como, por ejemplo, la posibilidad de poder acceder a ciertos perfiles considerados más exitosos dentro de ella. Y se desvelan las dinámicas neoliberales que se ponen en juego en la aplicación, que buscan principalmente mantener enganchado al/ a la usuario/a a su uso y que consumas su contenido.

A través de la experiencia personal en la elaboración de una cuenta de usuario/a en la app, se demuestra que empezar a ser usuario/a de *Tinder* no supone demasiado tiempo, aún si no se está muy familiarizado/a con la aplicación. Esto hace que la aplicación sea asequible a cualquier tipo de usuario/a. La posibilidad de poder importar el perfil desde *Facebook*, sin tener que elaborar uno nuevo, así como el propio funcionamiento de la aplicación, permiten que los/as usuarios/as comiencen a explorar e interactuar con el resto de perfiles que se encuentran en la aplicación minutos después de haberla instalado.

De esta forma, se genera una libre circulación de datos de unas plataformas digitales a otras, en donde aquellos/as usuarios/as que mayor predisposición presenten a compartir sus datos son recompensados con un incremento de su capital social y simbólico. Aunque esta libre importación de perfiles de unas redes sociales a otras puede ser presentada como una facilidad para los/as usuarios/as en la elaboración de sus perfiles virtuales, supone un aumento constante de la cantidad de datos de los que dispone cada una de las empresas propietarias de las diferentes plataformas digitales. Así, si, por ejemplo, alguna aplicación llega a desaparecer, la información de los/as usuarios/as seguirá en venta de manera indefinida.

Por último, también la propia experiencia de la investigadora en el uso de la aplicación de citas resultó muy útil para contrastar algunas ideas preconcebidas que se habían generado acerca del objeto de estudio. En relación con el desarrollo de las interacciones virtuales a través del chat, se partía de la premisa de que los/as usuarios/as iban a ser mucho menos participativos y que iban a generar un ambiente incómodo; sin embargo, esto no resultó ser del todo así y en la mayoría de los casos estas interacciones se desarrollaron con normalidad.

En cualquier caso, por un lado, la inmersión de la investigadora en el entorno sometido a estudio y la consideración de su propia experiencia y sensaciones ponen de manifiesto la carga emocional que conlleva analizar cuestiones atravesadas a su vez por emociones y sentimientos. Por otro, es interesante reflexionar sobre cómo este tipo de estrategia metodológica empleada implica aumentar la autovigilancia, observación y autocuestionamiento. Supone someter al yo a un proceso de auto-objetivación y se insta a que el/la investigador/a reflexione sobre su propio posicionamiento social. Se debe tomar una serie de decisiones a lo largo del desarrollo de la investigación, atendiendo a diferentes criterios tales como el lugar que se escoge para observar, la posición como observadora, los límites que se establecen a la propia observación y/o exploración, así como si la mediación de las tecnologías, en concreto de las pantallas, debilita o limita la exploración de un determinado fenómeno social, etc.

Tras haber detallado la muestra seleccionada, así como las técnicas de investigación empleadas, resulta pertinente definir las herramientas analíticas que se utilizaron para analizar los testimonios e información que habían sido recogidos a lo largo del trabajo de campo, es decir, durante el desarrollo de la observación participante y las entrevistas a personas usuarias de la aplicación.

2.4. Métodos de análisis de discurso: el Análisis Crítico del Discurso y el análisis visual socio-hermenéutico de las imágenes.

Para el análisis de los testimonios y datos recolectados a lo largo del trabajo de campo se emplearon tanto el análisis crítico del discurso (ACD) como el análisis visual socio-hermenéutico de las imágenes. Ambas herramientas se encuadran dentro de lo que se ha denominado como sociología visual, la cual se caracteriza precisamente por aunar diferentes metodologías.

- Análisis crítico del discurso:

Se decidió emplear el análisis crítico del discurso como forma de aproximación analítica, precisamente porque se entiende el discurso como una representación de espacios y conflictos que permite interpretar las relaciones sociales y su transformación constante.

El análisis crítico del discurso se caracteriza por el desarrollo de una perspectiva crítica sobre la producción del saber. Se trata de un análisis del discurso desarrollado con una determinada actitud, esto es, se orienta a analizar los problemas sociales, especialmente el papel que desempeña el discurso en la producción y en la reproducción de las relaciones de poder o de dominación. Es decir, se interesa por el poder, la dominación y la desigualdad; por ello, suele centrarse en el análisis de grupos sociales. En concreto, trata de estudiar y explicar las distintas formas de cognición social, las experiencias y opiniones que comparten o no aquellos grupos y/o colectividades que son sometidos o sufren dicha dominación, apoyando sus luchas contra la desigualdad.

> Es decir, la investigación realizada mediante el ACD combina lo que, de forma tal vez algo pomposa, suele llamarse «solidaridad con los oprimidos» con una actitud de oposición y disidencia contra quienes abusan de los textos y las declaraciones con el fin de establecer, confirmar o legitimar su abuso de poder. A diferencia de otros muchos saberes, el ACD no niega sino que explícitamente define y defiende su propia posición sociopolítica. (Wodak y Meyer, 2003, pág. 143)

De esta forma, su uso se plantea imprescindible para este trabajo de investigación, que trata de observar los procesos de reproducción, intensificación o neutralización de las relaciones asimétricas de género en el entorno virtual.

Por otro lado, este enfoque incide en señalar que las interpretaciones que los individuos hacen de los signos y símbolos lingüísticos no constituyen experiencias individuales, sino que estarán mediadas por la realidad social y las estructuras y normas que la

componen o regulan. Al plantear que los fenómenos discursivos son sociales se incide en que no solo las formas de hablar, escribir, etc. están determinadas y/o influidas por la sociedad en las que estas se desarrollan, sino que, además, tienen efectos sobre ella. No obstante, los símbolos lingüísticos no siempre significan lo mismo. Estos cambiarán de significado en función del contexto o la situación social en la que sean utilizados.

Por tanto, emplear el análisis crítico del discurso para analizar un fenómeno social, como el que se acomete en esta investigación, resulta pertinente ya que es a través del discurso y sus representaciones simbólicas como se manifiestan los distintos fenómenos sociales que se instauran en el orden social. Más aún, el discurso participa en la conformación de las identidades sociales de los individuos, y contribuye a las relaciones sociales y a un sistema de conocimiento y significado. De hecho, tal como se planteaba anteriormente retomando a Ricoeur (1996), la presentación de uno/a mismo/a se realiza a partir de un relato que tiene pretensión de historicidad, el cual se enfrenta y complementa con otros relatos.

Es así como a través del análisis crítico de los discursos producidos por los/as usuarios/as de *Tinder*, este trabajo pretende aproximarse al estudio de los procesos de conformación de sus identidades de género y/o cómo los individuos se desenvuelven o interactúan a la hora de hacer o deshacer género en este espacio virtual, y conocer así dicho espacio. El análisis de estos testimonios no solo permite observar las vivencias individuales de los sujetos en estos entornos, sino que, también, se puede explorar la estructura social, así como las relaciones de poder en las que estos individuos se desarrollan e interactúan y por las que su experiencia en la aplicación va a estar mediada.

Más específicamente, este trabajo, siguiendo la perspectiva de Van Dijk (2016), ha decidido emplear el análisis crítico del discurso como herramienta analítica, con el objetivo de poder considerar también aquellas estructuras semánticas, pragmáticas e interaccionales que no son observables a partir de la conducta del sujeto, ya que constituyen representaciones cognitivas o inferencias procedentes de este último que confieren individualidad a su discurso. En concreto, este enfoque plantea que las relaciones entre discurso y sociedad se encuentran mediadas cognitivamente. Esto es, debido a que las estructuras del discurso y las estructuras sociales poseen una naturaleza distinta, estas solo pueden vincularse mediante una serie de representaciones cognitivas que elaboren los sujetos como usuarios/as del lenguaje y como miembros de la sociedad. De este modo:

> La interacción, situaciones y estructuras sociales solamente pueden influir en el discurso a través de la interpretación de dichos ambientes sociales por parte de los individuos. Y al contrario, el discurso sólo puede influir la interacción y estructuras sociales mediante la misma interconexión cognitiva de modelos mentales, conocimiento, actitudes e ideologías. (Van Dijk, 2016, pág. 169)

Por tanto, el componente cognitivo es crucial para desarrollar un análisis crítico del discurso, ya que el discurso no depende de forma directa de las estructuras sociales, sino que necesita de las representaciones cognitivas personales y sociales de los sujetos para poseer singularidad, pues sin los modelos semánticos y pragmáticos cualquier discurso en la misma situación social se formularía de la misma manera. Así "social agents texture texts, they set up relations between elements of texts"[51] (Fairclough, 2003, pág. 22)

De este modo, analizar o tener en cuenta la conexión entre discurso y sociedad posibilita explicar cómo el discurso participa en la reproducción de la dominación, así como en la resistencia en la sociedad. De hecho, como resultado a la legitimación del poder, no siempre se obtienen actos de subordinación, sino que se pueden promover actos subversivos y contestatarios. Además, este enfoque permite tener en cuenta no solo el contexto de producción del discurso sino también el de recepción, posibilitando así tener un enfoque más completo.

Por último, este trabajo trata de incluir una perspectiva feminista al análisis crítico del discurso. Precisamente, tal como plantea Aldrete (2022) retomando a Höijer, con el objetivo de:

> Revelar las formas en que los discursos (re) producen ideologías que sostienen las relaciones de poder jerárquicas basadas en el género y otras desigualdades. Estas ideologías se basan en creencias populares y tradiciones culturales por lo que a menudo no se entienden como dominación o subordinación, sino como normas consensuales aceptadas socialmente construidas por 'sentido común'. (pág. 157)

Para llevar a cabo este análisis, se realizaron repetidas lecturas del material empírico y se decidió priorizar una estructura analítica que retoma el modelo de análisis de

[51] Los agentes sociales texturizan los textos, establecen relaciones entre elementos de los textos.

Fairclough, en donde se inicia el análisis fuera del propio texto, contextualizando el fenómeno social que se pretende examinar y profundizando en el estudio de dicho contexto. Se trata de dejar a un lado el material discursivo y describir el fenómeno y/o problema social reconociendo sus representaciones semióticas. Por tanto, se comienza con "el análisis estructural del contexto para seguir abordando el análisis interaccional y las características lingüísticas, para, en último lugar, abordar la interdiscursividad y las relaciones entre discurso hegemónico y las resistencias." (Serrano y Zurdo, 2023, pág. 294)

Así, en un primer paso, se trató de identificar la estructura social latente que atraviesa, es transversal y otorga sentido al conjunto de discursos recogidos (testimonios de los/as usuarios/as de *Tinder*). Esto es, se buscaron "esas reglas, elementos lógicos, redundantes, invariables que pueden derivarse de los textos concretos a partir de una consideración de los sistemas de signos implicados y de elementos connotados." (Serrano y Zurdo, 2023, pág. 46)

En un segundo paso, se examinaron las estructuras narrativas, sintácticas y gramaticales, las formas léxicas, el uso de figuras retóricas, tropos, tópicos, el grado de coherencia y cohesión de los discursos. Así como las formas de argumentar, la presencia de giros, titubeos, silencios, pausas, los actores implicados, el orden de las palabras, la entonación y cambios de tono, el lenguaje no verbal o los turnos de interacción.

Por último, se trató de localizar los sistemas de creencias y representaciones cognitivas sociales (Van Dijk) y/o repertorios interpretativos (Potter), que comparten los/as usuarios/as de la aplicación y que aportan sentido a sus prácticas e interacciones, así como las representaciones cognitivas personales, explorando cómo se configuran y se interrelacionan. Se buscaron aspectos y/o patrones comunes a los que se hiciera referencia en varios de los testimonios, así como las discordancias, examinando detalladamente en qué contextos situacionales emergían.

El análisis discursivo de los testimonios de usuarios/as de *Tinder* se complementó con el análisis de las autodescripciones en texto que, en algunos casos, se incluían en los perfiles virtuales previamente seleccionados. Se trató de analizar si estas eran más o menos extensas, si mantenían algún tipo de relación y/o si se encontraban en consonancia con las imágenes personales publicadas en el perfil o no.

Asimismo, se procedió al análisis de las imágenes con las que dichos perfiles habían sido configurados. Para este trabajo de investigación era importante examinar estos perfiles, pues estos vehiculan representaciones sociales mediante las que se pueden observar los diferentes códigos que son utilizados o que configuran el espacio virtual de las aplicaciones de citas.

- Análisis visual socio-hermenéutico

Para el análisis de dichas imágenes de los perfiles virtuales se empleó el análisis visual socio-hermenéutico. La hermenéutica de las imágenes, propuesta por Paul Ricoeur, es una metodología que "nos permite recuperar el pensamiento de las imágenes y el estudio de la significación icónica en su relación con la subjetividad y con el mundo histórico que le da vida y sentido." (Hernández y Gálvez, 2013). Se decidió adoptar esta estrategia analítica porque el objetivo principal de este trabajo ha sido comprender las representaciones sociales que se configuran en estos espacios virtuales, desde los desafíos y resistencias identitarias.

En este trabajo se parte de la premisa de la influencia que poseen las prácticas visuales en la configuración de las identidades, ya que, a través de ellas, los sujetos elaboran su propio autoconcepto y/o percepción sobre sí mismos. Es decir, evocan una narración sobre sí mismos. Además, desde la popularización y/o expansión de las nuevas tecnologías, especialmente de las redes sociales, las imágenes o el contenido audiovisual, en general, se han convertido en un elemento no solo de consumo sino en un aspecto central del modo en el que las personas se relacionan y/o desarrollan sus procesos de socialización y en uno de los medios de comunicación preponderantes. De hecho, en las sociedades actuales, las relaciones y la interacción social se conforman, en su mayoría, de forma visual. En concreto, se caracterizan por una superabundancia visual. Además, los medios visuales permiten guiar la visión sociológica hacia aquellos asuntos sociales invisibilizados, precisamente porque inscriben en el mundo material lo volátil y efímero, así como lo habitual y rutinario. De ahí, la importancia de su análisis, por lo que puede aportar precisamente al estudio de los procesos de configuración de las identidades sociales de género en la contemporaneidad.

Asimismo, en el desarrollo del análisis del material visual se tuvo en cuenta cómo en cada cultura existen unos códigos de representación, percepción y saber implícitos. Esto es, la percepción se encuentra socio-culturalmente situada y depende así del contexto en el que se produzca. Por tanto, la información que proviene de dicha percepción también está situada y nunca está fijada. Así, el hecho tanto de producir como de recibir imágenes supone situarse "desde unos códigos culturales (comunidades

interpretativas), desde una posición en la estructura social (clase, género, identidad nacional, condición de ciudadanía, generación, etc.), desde un posicionamiento ideológico, desde un contexto de producción o recepción o con una forma de mirada" (Serrano Pascual y Zurdo Alaguero, 2010, pág.225). Además, estas representaciones sociales expresan diferentes motivaciones intencionales procedentes de los agentes implicados en la producción o consumo del contenido visual.

En este sentido, la capacidad de las imágenes para significar depende del desarrollo de diferentes códigos de interpretación que se construyen socialmente, por lo que no existe una única interpretación posible sobre las imágenes, sino un conjunto de interpretaciones donde convergen diferentes posiciones sociales, diferentes intereses, etc. Así, en este trabajo de investigación se ha tenido en cuenta que las imágenes se caracterizan por emplear un lenguaje simbólico, metafórico, polisémico y connotativo, lo cual supone un alto grado de ambivalencia y la superposición de diferentes significados e interpretaciones posibles. No obstante y paradójicamente:

> Las imágenes al poner forma y materialidad concreta a las ideas y/o al lenguaje oral o escrito, limitan el abanico de posibilidades y sugerencias propuestas. Los personajes tienen forma, vestimenta, rostro y ambiente concretos y no hay lugar para la sugerencia, la duda o la disyunción. Así pues, simultáneamente la imagen puede abrir y sugerir más que un texto lingüístico pero, al mismo tiempo, limita y concreta la polisemia del lenguaje oral o escrito, proponiendo referentes concretos localizados. De esta manera, la imagen simultáneamente abre y cierra la potencialidad interpretativa del sujeto. (Gordo y Serrano, 2008, pág. 252)

También, se tuvo en cuenta las relaciones de poder presentes en las imágenes, en tanto que dichas relaciones de poder "son articuladas por ellas, y también por ellas desafiadas" (Hernández y Gálvez, 2013, pág. 480). Esto es, mediante las imágenes se ejerce, de alguna forma, dominación simbólica, entendida como la definición e imposición de estereotipos, al mismo tiempo que se pueden desafiar y/o subvertir ciertas normatividades.

Por otro lado, debido a que el análisis visual de tipo socio-hermenéutico se caracteriza por hacer un mayor hincapié en el contexto (de producción y recepción del contenido), así como en la dimensión pragmática y en lo que provocan los modos de representación, es decir, sus consecuencias, se ha tratado de observar o explorar los contextos comunicativos en los que se visualizan los perfiles virtuales que componen la muestra seleccionada, de forma que se han contemplado simultáneamente el contexto de producción y el de recepción o consumo de los mismos.

Por contexto de producción se entiende tanto las circunstancias de producción de las imágenes, como la intencionalidad con la que estas se elaboraron, el proceso de su creación y de su difusión. Además, teniendo en cuenta que toda imagen se produce en un contexto social que implica una serie de relaciones económicas, sociales y políticas, este proceso adquiere especial importancia pues el modo de producción y desarrollo de una determinada sociedad y los fenómenos que acontecen en ella se reflejan en sus creaciones socio-culturales y, por tanto, en las visuales.

También, se han tratado de considerar los estereotipos, convenciones, así como deseos y preferencias que pudieran mediar en el proceso de producción de las imágenes. Así, se analizó la producción, selección y publicación de las imágenes como un proceso que implica continuas negociaciones, controversias y conflictos, de forma similar a lo que sucede en los procesos de conformación de las identidades en el entorno *offline*, poniendo de manifiesto que la elaboración de estos perfiles supone una continuación de esos procesos. Es decir, pone de manifiesto que la identidad digital es un continuum de la identidad offline, aunque el componente autorreflexivo y performativo se intensifica en el entorno digital.

Por su parte, el contexto de recepción de la imagen comprende el espacio, momento, identidad, posición, expectativas e intereses desde los que las imágenes son percibidas, así como las circunstancias socio-históricas concretas en las que estas se reciben.

Por otro lado, también se decidió interpretar las imágenes no solo contextualmente sino también reflexivamente y discursivamente, tal como Hernández y Gálvez (2013) hacen en sus análisis. Por una parte, interpretarlas contextualmente supuso tener en cuenta el marco en el que se intercambian y transmiten; por otra parte, interpretarlas reflexivamente suponía considerar los efectos que las prácticas visuales producen sobre ellas, mientras que, por último, interpretarlas discursivamente implicó hacerlo desde la perspectiva de un sujeto-emisor dirigido a un sujeto-receptor, siendo conscientes de la visión subjetiva que esto conlleva.

Asimismo, siguiendo el planteamiento de Barthes (1977), se tuvo en cuenta para el análisis de las imágenes los factores denotativo y connotativo; especialmente, este último, pues posibilita conocer elementos complementarios a la significación, principalmente, de tipo afectivo o emotivo, como aquello que provoca la imagen o contenido visual en el/la observador/a en términos de valor simbólico. Por eso, también se consideró importante tener en cuenta las imágenes que a los/as usuarios/as les suele gustar más contemplar a fin de identificar posibles estereotipos y arquetipos de género. De esta forma, se consiguió información no solo en relación a quiénes o cómo son los/as

usuarios/as de esos perfiles sino también en cuanto a cómo quieren estos/as que los demás les vean y perciban.

Durante el proceso de observación y exploración se desarrollaron varios momentos de visionado de las imágenes con el objetivo de poder captar y analizar con más detalle aquellos contenidos latentes que, tal como Andreu-Abela (2002) sostiene, tienen que ver más con los significados o contenido oculto tras las imágenes. En ese sentido, se trató de observar las imágenes desde los márgenes hacia dentro, precisamente para evitar que se olvidaran aspectos y/o características de las imágenes merecedoras de análisis.

Después de esta exposición detallada de la estrategia metodológica que fue desplegada para abordar el trabajo de campo en esta investigación, así como de algunas de sus complicaciones, es relevante apuntar algunas de las consideraciones éticas que se han tenido en cuenta en esta investigación.

3. Consideraciones éticas de la investigación (ética digital)

En ese marco, es importante señalar que una de las tareas más importantes a desarrollar a la hora de realizar una investigación en el entorno virtual es reflexionar acerca de a quién/quiénes pertenece la información que va a ser utilizada. Se dirime sobre si esta pertenece o corresponde a los/as consumidores/as, a los/as usuarios/as que la publican o si, por el contrario, pertenece a las plataformas digitales (redes sociales) en donde es difundida y/o expuesta.

Es en este sentido donde hay que tener en cuenta lo que se ha conceptualizado como ética digital. Tal como sostiene Estalella (2022), uno de los requisitos para desarrollar una investigación que tenga en cuenta la ética digital es elaborar lo que se denomina como consentimiento informado. En cambio, no es necesario en todas las investigaciones un acuerdo documental. Por ejemplo, en el caso de las entrevistas y su grabación (en el caso de las llamadas telefónicas y videollamadas) el consentimiento informado fue concedido de forma oral en el momento en que se les planteó si podía ser empleada la información que iban a facilitar durante el desarrollo de la entrevista con fines académicos, así como que estas serían grabadas para su posterior transcripción. En cuanto a la observación participante también se entiende que el consentimiento informado es un proceso dinámico, que se extiende a lo largo de la investigación y que tampoco requiere de firma documental. Por tanto, lo realmente importante es la calidad de los acuerdos y no tanto si estos se obtienen por escrito o verbalmente

Para determinar si una información puede ser usada sin solicitar permiso es fundamental establecer una distinción analítica entre lo que se considera público y privado. Sin embargo, determinar esta cuestión en el entorno virtual se torna complejo y confuso. Esto se debe a que, tal como diversas investigaciones revelan, aunque los contextos de interacción virtual son espacios abiertos y accesibles, las personas que participan en ellos suelen tener ciertas expectativas de privacidad. Esas expectativas se hacen evidentes cuando se observan aspectos como el tipo de lenguaje que se usa, el carácter de las interacciones o la información compartida. En esas circunstancias se aprecia que, aunque los canales de comunicación sean accesibles y no usen contraseñas, algunas personas esperan muy a menudo una protección equivalente a la de sus comunicaciones privadas.

De esta forma, podría señalarse que las normas de privacidad son contextuales y se elaboran dentro de las comunidades/colectivos; por tanto, no dependen solo de la configuración de los espacios tecnológicos. Esto es, "el hecho de que un foro esté diseñado para que cualquiera pueda acceder no significa que los participantes en él lo conciban como un espacio público que puede ser investigado libremente" (Estalella y Ardévol, 2007, pág.9). Así, esa dicotomía entre público y privado se queda obsoleta, pues asimilar accesible (sin contraseña) con público no es correcto ni útil, porque las personas reclaman cierta privacidad incluso en esos entornos y para esas interacciones. De esta forma, se revela que probablemente las concepciones de privacidad de la investigadora no coincidan con las de los/as participantes.

> Ante esta situación, algunos autores adoptan la perspectiva según la cual es necesario e ineludible respetar las expectativas razonables de privacidad y las concepciones de privacidad que tienen las personas involucradas en la investigación. Una manera de abordar esta situación es preguntarse cuál es la audiencia pretendida para una determinada comunicación digital y si esa audiencia incluye a una investigadora. (Estalella, 2022, pág. 76)

En el caso concreto de la aplicación de citas de Tinder, la respuesta podría ser afirmativa, aunque las intenciones en ese intercambio de información entre la investigadora y los/as otros/as usuarios/as no fueran del todo coincidentes. Es por eso que surgieron diversas dudas acerca de si era del todo ético emplear información sobre los diferentes perfiles que se iban explorando y encontrando en la aplicación sin solicitar permiso previo.

Sin embargo, otros enfoques teóricos revisados sostienen que en el espacio digital lo público comprende aquellas interacciones cuyo acceso es público, por lo que la

investigadora no necesitaría especiales prevenciones para registrar y almacenar la información, pues, tal como sostienen Estalella y Ardévol (2007) retomando a Walther, se supone que las personas en estos espacios “saben que su comunicación en internet es abierta y está expuesta a ser observada y recogida por cualquier otro individuo” (Estalella y Ardévol, 2007, pág.9). Por eso, la licencia para observar atendería al criterio de la investigadora, como parte del entorno social que investiga o explora, desempeñando un papel activo en su propia configuración. Además, esta decisión recaería sobre esta última pues tiene la posibilidad de entrar y salir del campo conectándose y desconectándose sin estar obligada a presentarse o evidenciar su presencia.

En este sentido y a pesar de que se reflexionó sobre el carácter público de la aplicación de *Tinder*, pues no funciona como otras redes sociales donde los/as usuarios/as pueden establecer unos criterios de privacidad para preservar algunos aspectos de su identidad, se optó finalmente por explorar y preguntar cómo interpretaban las personas involucradas en la investigación el origen de sus interacciones y espacios digitales. La respuesta abarcó diferentes matices. Sin embargo, la mayoría de los/as participantes a los que se realizaron las entrevistas se decantaron por preservar su anonimato. Algunos/as facilitaron varias de sus fotos personales con las que elaboraron sus perfiles virtuales, aunque solicitaron que fueran pixeladas en caso de ser empleadas para la investigación.

Asimismo, se pidió permiso a aquellos usuarios con los que se interactuó a través del chat de *Tinder* para emplear la información revelada durante las interacciones virtuales, y se tomó la decisión de pixelar las imágenes de los perfiles que serían utilizados para el análisis visual.

De igual forma, se decidió declarar la identidad de la investigadora en el perfil virtual que se elaboró para llevar a cabo la inmersión en la aplicación. Y, se expusieron los objetivos principales de la investigación y los fines con los que se quería recabar los datos e información solicitada en cada una de las interacciones virtuales desarrolladas a través del chat de la aplicación.

Por tanto, en esta investigación y en sintonía con enfoques analíticos como el de Estalella y Ardévol, se ha tratado de pensar la ética etnográfica como un intercambio recíproco y de colaboración mutua entre la investigadora y los/as usuarios/as de la aplicación.

PARTE III. Haciendo género a través de *Tinder*: un análisis empírico.

Tras la descripción de la muestra seleccionada y dado que el objetivo principal de esta etnografía virtual ha sido la comprensión del fenómeno social sometido a estudio mediante la producción de una variedad de categorías analíticas cualitativas, se han tratado de organizar los resultados obtenidos de acuerdo a una serie de criterios que permitan explorar la influencia de la racionalidad neoliberal y patriarcal en estos nuevos modos de (auto)(re)presentación y negociación de las identidades es de género, en el contexto de la posmodernidad contemporánea.

La estructura del análisis empírico consta de un primer bloque temático (5.1), en donde se presenta la idiosincrasia del entorno virtual de la aplicación de citas de *Tinder*, en tanto dispositivo, a un mismo tiempo, transformador y (re)productor de subjetividades de género. Por un lado, se plantea cómo la permanente exposición y búsqueda de validación (mediante consecución de *likes* y *matches*) pública a la que se someten los/as usuarios/as podría suponer un desafío y/o transformación de uno de los fundamentos de la desigualdad de género, pues reformula la dirección del escrutinio al que han sido histórica y particularmente sometidas las mujeres. Este escrutinio permanente emana, tal y como se ha planteado, de la supuesta naturaleza deficitaria de las mujeres, la cual resulta de su condición de alteridad y promueve la continua sospecha sobre las mismas. Asimismo, la descarga y uso de la aplicación podría afirmar a las mujeres como sujetos deseantes y no como exclusivos objetos de deseo. En cambio, por otro, se trata de explorar cómo estas potenciales transformaciones podrían verse reorientadas y neutralizadas por las tecnologías de subjetivación de género exacerbadas por la propia aplicación. En ese marco, se analiza, también, cómo estas dinámicas de potencial transformación y reproducción de los mandatos de género impactan en la configuración de las expresiones identitarias de género disidentes.

A pesar de que estas tecnologías pueden integrar mecanismos de transformación de las subjetividades y relaciones de género, se ha constatado la permanencia obstinada de estereotipos tradicionales de género. Por ello, en un segundo bloque temático (5.2), se explora la exacerbación e/o intensificación de mandatos tradicionales de género que se ponen en juego en las performances de género a través de *Tinder,* como modo de producción de identidades y subjetividades de género. Aquí, se analiza cómo se pone en escena el género en el proceso de elaboración de las (auto)presentaciones virtuales, en las dinámicas que se desarrollan y/o promueve la aplicación y, por último, en las normas del sentir que se activan en y/o como consecuencia del uso de la aplicación.

Esa intensificación de los mandatos tradicionales de género confluye, paradójicamente, con la extensión de nuevos arquetipos de feminidad, que, sin embargo, no modifican la posición subalterna de las mujeres. En este sentido, en un tercer bloque temático (5.3), se examina otra de las dinámicas que conforman y apuntalan las relaciones y subjetividades de género, cimentada en la introducción neoliberal de tecnologías adicionales de género fuertemente vinculadas con el postfeminismo (neoliberalismo de género), antes detallado. Estas tecnologías conforman nuevas formas de hacer género, presentadas como alternativas y/o desafíos a los/as arquetipos/identidades normativos/as tradicionales de género. Producen espacios supuestamente transgresores de feminidad que tienen como ejes centrales la subjetivación sexual y el mandato de la autenticidad. Desde un posicionamiento postfeminista (caracterizado por fusionar paradójicamente reivindicaciones feministas con marcos interpretativos neoliberales), dichas subjetividades de género, supuestamente alternativas a las tradicionales, por un lado, reconceptualizan la objetivación del cuerpo de las mujeres como una cuestión empoderante y plenamente elegida por estas últimas, convirtiendo dicha objetivación en subjetivación sexual. Por otro, se apropian de la reivindicación feminista de construcción de una identidad propia para las mujeres, alejada de la impuesta por una mirada androcéntrica cosificante, pero reorientada al sometimiento y consentimiento de vinculación de una misma a un proceso de auto-regulación y auto-mejora obsesivas. Este proceso se presenta imprescindible para conquistar dicha identidad, entendida en términos de autenticidad, de expresión de seguridad y conciliación con una misma. Así, se trata de rechazar supuestamente esa centralidad tradicional otorgada a la dimensión estética en la configuración de la identidad femenina, aunque, de forma paradójica, se impele a las mujeres a ajustarse a aquello que se ha construido como auténtico.

1. Tecnologías de transformación y/o (re)producción de subjetividades de género en la aplicación de *Tinder*.

1.1. Tecnologías de subjetivación inherentes a la plataforma: el cuerpo como objeto de escrutinio y vigilancia.

Las aplicaciones de citas como *Tinder* se caracterizan por configurarse como espacios de virtualidad donde confluyen, en los intercambios comunicativos (y relaciones de poder) que regulan los procesos de relacionalidad y configuración de las identidades, tanto las personas implicadas en las interacciones como los elementos materiales y mediáticos que les acompañan. *Tinder* funciona como dispositivo productor de subjetividades de género puesto que despliega una serie de tecnologías que inducen ciertas disposiciones a relacionarse de una determinada manera. Es decir, como dispositivo en el sentido de Foucault (conjunto de discursos, normas, proposiciones morales, etc.), inscribe en las formas de ser y cuerpos de sus usuarios/as unas determinadas subjetividades, mediante la activación de unas tecnologías no neutras que organizan sus conductas, comportamientos e interacciones virtuales (relaciones sociales), participando activamente en la configuración identitaria de dichos/as usuarios/as. Examinemos ahora estas tecnologías de subjetivación en manos de la aplicación.

En primer lugar, la digitalización de los procesos de conformación de las identidades hipervisibiliza al yo e intensifica el efecto de auto-objetivación que convierte al sujeto en un yo cosificado reflejado y/o representado en una pantalla, y puede someterlo a un mandato de continua modificación e ingeniería para ajustarse a los cánones establecidos. "La construcción de un yo digital implica cosificar nuestras acciones, convertir en objetos lo que somos en nuestros perfiles de usuario y convertirlo en un yo-objeto con el que podemos experimentar, o que se puede manipular y cambiar, e interactuar así con otros usuarios objeto en el mismo medio." (Díaz, 2018 pág. 306)

En *Tinder*, los individuos cuentan con un conjunto limitado de recursos semióticos, formado por imágenes y texto, a partir de los cuales proyectar ese yo-objeto susceptible de ser optimizado (modificado, manipulado, revisado), del que se inferirá el yo del mundo *offline*.

> Los usuarios deben crear un perfil personal, esto es, un artificio semiótico autoreferencial que los representará en el ciberespacio: en un claro ejemplo en el que el artificio semiótico debe conducir al referente, será a partir de este perfil que los potenciales *matches* se interesarán por el usuario en cuestión. (Moreno Barreneche, 2019, pág. 86)

Imagen III.1. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo del yo-objeto virtual.

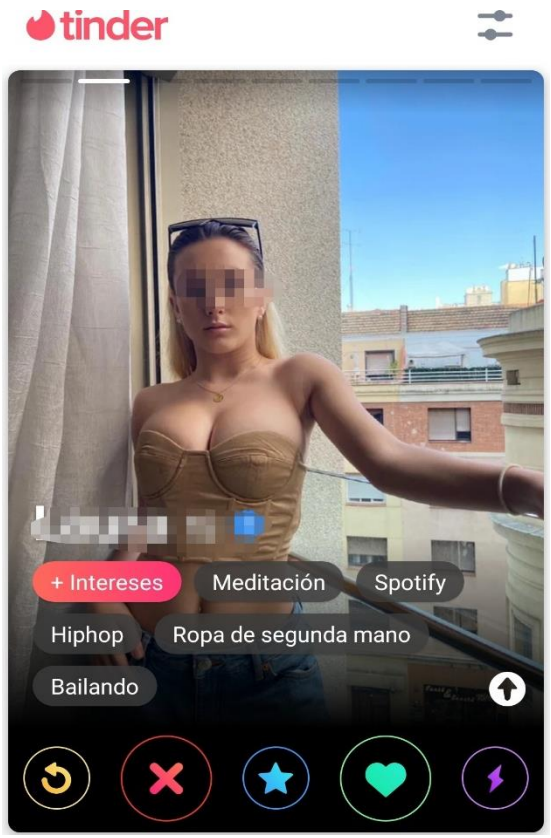

Imagen III.2. Perfil virtual de una usuaria de *Tinder.* Ejemplo del yo-objeto virtual.

A través de estos procesos de cosificación, la persona acaba convirtiéndose en un producto y una marca, esto es, en un objeto que pretende venderse como exclusivo para ganar distinción en un mercado masificado.

En segundo lugar, otro de los aspectos idiosincráticos o herramientas del entorno virtual de *Tinder* que produce disposiciones generizadas, y, por tanto, funciona como tecnología de subjetivación, tiene que ver con la valencia de los símbolos (la consecución de *likes*, *súper likes* y/o *matches*) que escenifican el reconocimiento de las presentaciones (identidades) virtuales que se elaboran en la aplicación. Tal valencia se mide con el denominado índice de deseabilidad social del perfil de una persona. Para calcularlo:

> La aplicación analiza la cantidad de mensajes que recibe por parte de usuarios que son deseados por otros. Además de evaluar el nivel físico de sus usuarios y de atribuirles una «nota secreta de atractivo», clasifica su nivel de inteligencia,

> sus estudios y sus ingresos. En los «Términos y condiciones» de la aplicación dejan bien claro que se reservan el derecho de establecer estas jerarquías sociales. (Ortiz y Gómez Gabriel, 2019, pág. 15)

Sin embargo, los criterios en base a los cuales se construye esa supuesta deseabilidad social siguen siendo profundamente androcéntricos y normativos. Aquello que se define como atractivo es una construcción social que delimita cómo los/as usuarios/as elaboran y presentan el perfil, el ángulo de la cámara que se emplea para la realización de las fotografías que serán, después, publicadas, y cómo el cuerpo, como condensador semántico, es posicionado en la virtualidad, esto es, el lugar que ocupa. Así, los emparejamientos entre diferentes personas no se rigen/ producen por afinidad en intereses o creencias y valores sino por la deseabilidad percibida por los/as otros/as. Si un/a usuario/a con un índice de deseabilidad social menor al de otro/a usuario/a no da soporte a este último, el índice de dicho usuario/a se verá afectado y caerá en picado. Por tanto, se trata de una aplicación que induce lógicas competitivas entre los individuos que impelen a esforzarse por superar al otro/a y ser más exitosos/as, un éxito que se mide en función de la deseabilidad social recibida. Así, *Tinder* se ha convertido en lo que podría denominarse como un mercado de la transacción íntima donde hay unos ganadores y perdedores. Esto conduce a una paradoja, pues, por un lado, este tipo de aplicaciones podrían servir para incrementar las opciones de pareja, pero, en la práctica, actúan intensificando la competencia por ocupar los mejores puestos (en el ranking de deseabilidad o de un mercado de mercancías eróticas), no solo para conseguir una potencial pareja, sino también porque actúa como vector de reconocimiento que refuerza la autoestima; de ahí que parezca que el objetivo de buscar pareja se vea suplantado por el de reconocimiento sexual y se convierta en un proyecto casi obsesivo mediante el que se garantiza el compromiso y la disposición del sujeto a participar:

> *"El tema de que, eh… lo poco que eches a la derecha, que encima te den match es muy reforzante. Y ya cuando te envían el súper like (…) eso siempre te sube un poco la autoestima". I4, 28.*

> *"Cuando hago match o me hacen match, con una chica que yo he visto que era físicamente… me atraía mucho y tal, pues, eh… la sensación era de: 'joder, ¡qué guay!, ¡qué bien!, ¿no?' Un poquito te sube la autoestima y tienes esa sensación de que atraes mucho a la gente". I14, 26.*

Las estrategias de consecución de *likes* o *matches* performan, por su capacidad disciplinante promueven el auto-cuestionamiento y revisión del sí mismo, fundado en el acceso al anhelado reconocimiento:

"Bueno, en algún momento, sí que como que me llegué a cuestionar como a mí mismo, en el sentido de decir: 'bueno, pues será que no soy atractivo, será que a la gente no le gusto', ¿no?, como esta cosa más de personalizarlo en mí". I30, 33.

"Cuando no consigues likes pues te sientes peor porque es como… (Se ríe) no le gusto a nadie y, eh… sí que ha habido temporadas que, a veces, no tiene ni que ver contigo, a veces, el algoritmo pues no te muestra todo y, a lo mejor… Pero tú no lo piensas, al principio, y dices: 'joé, es que no estoy consiguiendo ningún like, es que no me está funcionando la aplicación esta'." I21, 26.

Por tanto, se demuestra la enorme carga simbólica que se activa o moviliza en estos procesos y su impacto en la construcción de los propios auto-conceptos, en cuanto que tienen el control de los recursos de reconocimiento ('*no le gusto a nadie').* Esta dependencia de la validación externa puede verse intensificada en momentos de malestar, vulnerabilidad emocional o de peor calidad de la salud mental:

"En ese momento estaba con la autoestima más baja y más insegura, ¿no? Pero, vaya, que, al final, eh… te mides mucho en cuanto a los likes, ¿no?" I12, 27.

"De afectarme a la autoestima, sí que hubo como una semana o dos que… a ver, sí que es verdad que yo no estaba como muy bien de ánimos, en general, entonces… como que con un chaval empecé a hablar y quitó el match, de repente, sin decir nada, entonces… claro, eso sí que me fastidió" I25, 26.

Además, el acto de lograr *likes* o *matches* se vivencia como una experiencia adictiva de autovalidación pública y reforzamiento de la autoestima, especialmente, en relación a la propia deseabilidad social, pues se conquistan de una forma muy rápida, casi inmediata, por las propias condiciones que imprime la virtualidad:

"Si era como, bueno, parece esto como que estuviera hablando de una droga pero era como una fuente de dopamina, en plan de: 'ay, ¡qué bien!', como de aprobación y validación externa muy fácil de conseguir, y todo el rato, muy rápido, y como consumir esa validación todo el rato". I31, 24.

La naturaleza efímera de estos rituales puede provocar un funcionamiento cerebral parecido al que se activa cuando se consume una droga, o incluso cuando se juega a un videojuego o a máquinas de juegos de azar, de modo que el cerebro puede desarrollar una cierta adicción a ese reforzamiento inmediato e intermitente. También, esa posible adicción puede verse potenciada por la propia dinámica mántrica que sigue la consecución de esos *likes* y *matches*, pues, en un corto periodo de tiempo, los/as

usuarios/as pueden llegar a conseguir un gran número de estas interacciones virtuales. Por ello, se exporta a este ámbito una jerga lingüística parecida a la empleada en las adicciones a sustancias, pues, de algún modo, el cerebro puede volverse adicto a consumir esas sustancias (*likes* y *matches*) que hacen segregar el neurotransmisor de la dopamina.

Tal como sostiene Duportail (2019), la aplicación emplea diversas estrategias como la utilización de colores y códigos propios de ciertos videojuegos con el objetivo de generar serotonina tras cada *match* recibido. También, se envían notificaciones cada vez que se reciben *matches*, y se avisa al usuario/a de que, si no vuelve, su perfil perderá visibilidad. A través de mecanismos de condicionamiento operante, constantemente, se están mostrando y presentando a los/as usuarios/as diversos perfiles de personas para ampliar el horizonte del *mercado,* como si se tratara de un catálogo de personas. A esto se suma que debido a la "hiperestimulación digital del tiempo de ocio, se advierte cierta demanda colectiva de intensidad en los encuentros que surjan de las dating apps." (Linne y Fernández Lopes, 2019, pág. 119) Así, se puede generar un desapego fundamentado en lo efímero y transitorio ante la amplitud de las opciones de consumo:

> *"Tienes tantas opciones que es que, si te falla una, te da igual, vas a la siguiente y fuera" I4, 28.*

> *"Como tienes tantas opciones y, a lo mejor, estás a la vez hablando con varias personas, pues sí que tiendes, quizás, a descartar porque dices: 'bueno, eh… este no me convence'. Y, a lo mejor, hay otra persona mejor, o no mejor, pero bueno, en plan, que quizás hay otra persona más afín a mí y, pues… hace como que descartas antes las opciones y no te esfuerzas, entre comillas, tanto en conocer a las personas" I11, 25.*

De este modo, se desvela como *Tinder* usa herramientas que generan disposiciones a la dependencia y adicción, de modo que estas se convierten en tecnologías de subjetivación. Así, la necesidad convertida en angustia y fomentada, en parte, por la propia aplicación de encontrar potenciales parejas compatibles, así como la exposición constante y comunicación continuada de anuncios publicitarios acerca de la descarga de las versiones de pago de *Tinder (Tinder +, Tinder Gold y Tinder Plantinum*), pueden promover un deseo incesante de adquirir nuevas versiones que permitan hacer un uso optimizado de tales recursos de legitimación de las marcas personales. Los/as usuarios/as se ven incitados/as a descargar estas versiones pues posibilitan, entre otras funciones, conocer el reconocimiento obtenido (*likes* y *matches* conseguidos) y acceder a un mayor número de personas con las que poder conectar:

> *"No puedes ver todos los me gustas o todos los match de gratis. No todos, entonces… me dio curiosidad y dije: 'mira, voy a pagar la prueba esa'. (…) Y coincidía pagando, yo creo, que coincidía con mucha gente de cerca, cercana a mí, de mi entorno, de distancia, que con la gente que coincido sin pagar" I27, 33*

Por tanto, se genera una cierta subordinación a estos mecanismos de cuantificación del éxito en el escaparate de la plataforma (consecución de *likes* y *matches*), convirtiendo a los/as usuarios/as en rehenes de dichas interacciones virtuales para sentirse (auto)valorados/as y, por tanto, dignos/as, válidos/as o suficientes. Así, se demuestra, el poder de las tecnologías de subjetivación que movilizan, y también, la importancia de la interacción social en la construcción de la identidad digital, tal como sucedía en el entorno *offline*, donde la interacción resulta clave en los procesos de negociación y conformación de las identidades sociales. Sin embargo, en el entorno virtual de esta aplicación, esta importancia se intensifica, pues se busca concretamente el reconocimiento de una pareja potencial, reforzando así la idea de que eres en función de si gustas. Esto desvela el uso expresivo más que instrumental de *Tinder* como un modo de validar el propio capital erótico y reforzar la autovaloración, lo que exacerba la potencia, influencia y dependencia de esta aplicación.

Por último, otro de los aspectos a destacar de los procesos de digitalización de la identidad (estrechamente vinculado con la antes planteada cosificación de los cuerpos) tiene que ver con la relevancia de la presentación de los cuerpos en la conformación de la legitimidad pública. La autodefinición en términos físicos constituye un recurso habitual en estos espacios virtuales, en general, y en la aplicación de citas de *Tinder*, en particular, pues "el uso de imágenes en la autopresentación es fundamental" (Eyzaguirre, Parrado y de Marcos Fernández, 2022, pág. 712).

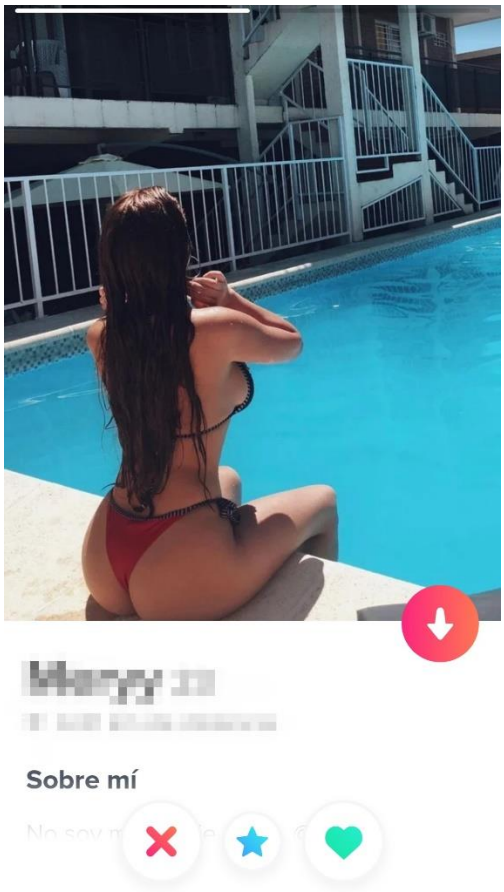

Imagen III.3. Perfil virtual de una usuaria de *Tinder*. Ejemplo de la autodefinición en términos físicos

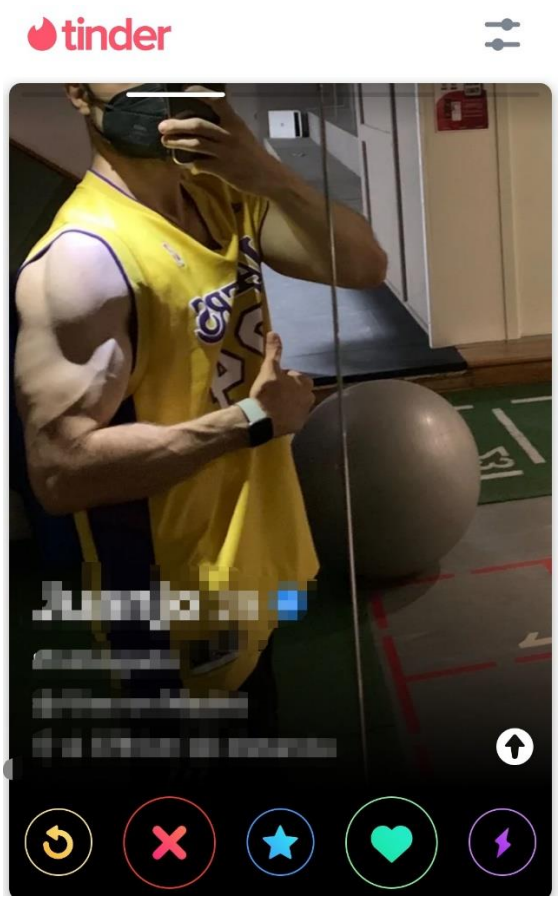

Imagen III.4. Perfil virtual de un usuario de *Tinder.* Ejemplo de la autodefinición en términos físicos

Esto demuestra cómo los cuerpos funcionan como vectores semánticos en los procesos de construcción de las identidades sociales o como anclajes de identidad (Revilla, 2003), tal como en apartados anteriores se detallaba, precisamente porque a través de la presentación del propio cuerpo se decide qué imagen proyectar. De este modo, las imágenes empleadas para elaborar el perfil virtual poseen un importante valor retórico y simbólico, ya que no dejan de ser un texto cargado con sus propios significados, mediante el que se puede expresar aquello que se quiere ser. Y la proyección de uno/a mismo/a se convierte en un constructo performativo. Esto pone de manifiesto que en la creación del perfil virtual se lleva a cabo una gestión de las impresiones (Goffman, 1997), especialmente, porque en este tipo de aplicaciones de citas, la primera impresión que desarrollan los/as usuarios/as de los demás se construye a partir de la foto de perfil escogida.

Por ello, el perfil virtual que se elabora se convierte en una especie de carta de presentación, en donde se trata de destacar aquellas cualidades que puedan resultar más atractivas para la audiencia. Es decir, se desarrolla una gestión estratégica del yo con el objetivo de gustar a los/as otros/as o, lo que es lo mismo, los individuos llevan a cabo una mercantilización del yo mediante su estilización. La actualización crítica que desarrolla Zamora (2018) del concepto de *espectáculo* formulado por Guy Debord permite atender y/o problematizar dicha mercantilización. Según su enfoque, las redes sociales conforman espacios atravesados por ideologías. En concreto, por una ideología que convierte a los procesos de transformación y/o articulación de la identidad en una forma de mercantilización, pues esta última deviene una imagen y/o representación que los/as usuarios/as promocionan a modo de mercancía para atraer la mirada de los/as otros/as e incrementar el valor propio. De modo que la identidad se configura como una inmensa acumulación de espectáculos (Debord, 1967/1999). Esa configuración, presentación y gestión del yo, desarrollada mediante la exhibición regulada y calculada de sí mismo/a, es decir, a través de la racionalización de la presentación del sí mismo, experimenta una exacerbación en el neocapitalismo contemporáneo de las apps de citas, pues, tal como antes se mencionaba, en estas redes sociales ya no solo se busca un "me gusta" generalizado, sino un concreto "like" (reconocimiento y aprobación) de una pareja potencial. Es decir, tal como sostiene Ortiz y Gómez Gabriel (2019):

> Al configurar su perfil, el usuario se somete a un proceso racional en el que debe tomar unas decisiones detrás de otras y el resultado de estas hacen de su «persona» una marca comercial para un producto útil. «Somos nuestra propia marca. Somos responsables de su crecimiento y expansión.» Nos identificamos con ella, nos apropiamos de ella, gracias a ella nos diferenciamos del resto de usuarios y, a su vez, nos sentimos parte de una comunidad. (pág. 67)

La sobredimensionada importancia otorgada a la presentación física de uno/a mismo/a, que induce la aplicación, promueve el sometimiento de los cuerpos de los/as otros/as usuarios/as a intensos procesos de observación y escudriñamiento, desde todos los ángulos y buscando todos los detalles posibles. Es decir, tal como se planteaba, los perfiles de los/as usuarios/as de la aplicación son preparados para su visualización en un catálogo de productos. En ella, se busca valorar el producto que vamos a consumir, con el objetivo de llevar a cabo la elección más óptima, en cuanto a potencial pareja se refiere:

> *"Al final, lo primero es un filtro (…) puramente físico, entonces, pues me tiene que gustar y para valorarlo pues suelo elegir, eh… un tipo de perfil que aparezca*

la chica desde varias posiciones, quiero decir, que no solo se vea una foto de cara desde el mismo perfil siempre, sino que se vea mejor. También, un poco el cuerpo que se vea, eh… pues la estatura, a lo mejor, también, o como su complexión". I9, 23.

Tales procesos de sometimiento a una exhibición mercantil del propio cuerpo son, sin embargo, objeto de reflexión y problematización por parte de mucho/as usuario/as. Paradójicamente denuncian y/o problematizan esta presentación pues se considera que limita el *self* a la armazón corporal, sin considerar cuestiones más vinculadas con el supuesto "yo auténtico" en donde ubican a los rasgos de personalidad. Es interesante la separación que se hace entre la fachada superficial/físico (continente) y el yo "real" (contenido), que obliga a entrar en lógicas de consumo efímero:

"A mí es que Tinder no me gusta, (…) porque, al final, me parece muy de ganado, y me hace sentir fatal esto de… porque, al final, simplemente te estás fijando en, superficialmente, en el físico. Y eso es algo que a mí no me gusta, de hecho, tengo muchos filtros por esa mierda. O sea, para mí, alguien que me parezca súper mega atractivo, si no tiene biografía, no le voy a dar al like, porque es como que lo estás juzgando todo por el físico.". I4, 28.

"El tipo de filtro que fomenta que, al final, es un filtro súper físico, en plan de, nos quedamos otra vez en lo superficial de la persona, que es como, bueno, pues si físicamente me gusta voy a intentar hacer match con ella y si físicamente no me gusta la voy a pasar. Y en esto de pasar es esta cosa, como de… como un poco que no sabes si estás viendo personas o productos, ¿sabes? Es como que ahí, para mí, se descarrila… se descarrila la historia. Que dices, bueno, pero yo estoy aquí viendo zapatillas deportivas o esto son personas con las que quiero tener una relación". I 30, 33

La reducción de la presentación del sí mismo a términos exclusivamente físicos (cosificación) es, en algunos casos, problematizada y vivenciada como productora de deshumanización. Asimismo, se cuestiona la legitimidad y sentido de orientar el deseo hacia un producto que se presenta, de forma explícita, como persuasivo, es decir, que ha sido objeto de un minucioso y calculado proceso de *marketing*. (efecto de reactancia). Es más, una atracción suscitada por el marketing de corporalidades puede no corresponderse con el encuentro presencial con el/la usuario/a:

"Creo que es una aplicación, de primeras, 100% superficial y que, al final, eh… la primera impresión que tú tienes de una persona, en esa aplicación, es por el físico. Y si te entra el físico le vas a dar que sí y si no te entra le vas a dar que

no, aunque eso no suponga que, luego, en la vida real esa persona te pudiera gustar. Y, en mi opinión, es una de las cosas por las que no me gusta porque, al final, te estás guiando por un físico y, luego, en persona, te tiene que atraer la persona. Por muy guapo que sea, si no te atrae, es que no haces nada". I6, 26

Así, a veces, se denuncia la irracionalidad de establecer ese primer filtro en términos exclusivamente físicos, ya que puede llevar a desarrollar una elección sesgada de la *mercancía*, pues impide conocer a personas que podrían poseer cualidades o intereses mucho más afines, a pesar de no ser tan competitivas en cuanto a capital erótico se refiere. No obstante, resulta llamativo cómo al mismo tiempo que rechazan esa cosificación que implica entender los cuerpos como pura mercancía, sus argumentos para justificar dicho rechazo siguen una lógica mercantilista (asegurarse que se toma una decisión racional entre el catálogo de "mercancías" disponibles)

Por otro lado, ser (ultra)conscientes de que las presentaciones virtuales de sí mismos/as, especialmente, de sus corporalidades, van a ser sometidas a juicio promueve que los individuos desarrollen un trabajo casi obsesivo (experiencias de consumo y sometimiento del cuerpo a intensos procesos de remodelación) para ajustarse a los estándares normativos de lo que se entiende como un cuerpo atractivo. Se generan dinámicas que convierten a los/as usuarios/as en expertos en el diseño de la imagen de marca del propio yo. No está en juego el cuerpo, sino el cuerpo transformado en su alter ego ideal, lo que supone un cierto impacto en las relaciones que se mantienen con el propio (en tanto que cuerpo objetivado), pues se desarrolla una mayor preocupación y corrección de su apariencia y presentación pública, especialmente por ajustarse a los cánones estéticos:

"La típica chica que te sube seis fotos de su cuerpo, de su culo, de sus tetas, de la ropa pegada." I30, 33

Tales condiciones que imprime la virtualidad (tecnologías de subjetivación que despliega) hacen que los procesos de digitalización de la identidad impacten en la configuración de las identidades y subjetividades de género tanto hegemónicas como disidentes.

1.2. ¿Modifica Tinder las normas de género?

Tinder puede impactar en la configuración y/o producción de las identidades y subjetividades de género convencionales, especialmente, en dos sentidos, que podrían facilitar la transgresión de las normas de género. Por un lado, este tipo de aplicaciones promueven que se expongan los cuerpos (de todos/as los/as usuarios/as) como objeto

de reconocimiento; por otro, en ellas, las mujeres no solo participan como objeto sino también como sujeto de deseo, pues se las descargan y crean un perfil, tomando la iniciativa en la búsqueda y/o creación de vínculos sexoafectivos.

En relación con el primer ámbito de potencial transgresión, la exposición de los cuerpos a la mirada del otro y/o el proceso de cosificación u objetivación al que se ven sometidos/as los/as usuarios/as no es neutro. En la realidad *offline*, el cuerpo de las mujeres se ha visto tradicional e históricamente cosificado, promoviendo así una forma de violencia y control hacia las mujeres, basada en el principio del ser para otros. Esa posición de sobrexposición (y violencia y control) ha sido incorporada por las mujeres como parte de su *habitus* "(o conjunto de disposiciones físicas, lingüísticas y culturales adquiridas durante la socialización)" (Illouz, 2012, pág. 71). Este mandato de género activa lo llamado como "male gaze", concepto mediante el que se propone que toda la estructura socio-cultural está impregnada por una mirada androcéntrica que toma como referencia al hombre y que, a través de ese prisma, observa y considera a las mujeres y sus valores. Se las interpreta como cuerpos sin agencia, destinados únicamente a promover el placer y aprobación de los otros masculinos. Las mujeres interiorizan desde su más pronta infancia, y a lo largo de su proceso de socialización, dicha mirada y el escudriñamiento al que sus cuerpos son sometidos. Y asimilan que serán valoradas y reconocidas siguiendo los parámetros de dicha mirada, que se consolidan en los cánones estéticos establecidos, y que serán comparadas continuamente con otras mujeres o con esos imaginarios sociales de mujeres inalcanzables y/o irreales.

Así, desarrollan una profunda y continuada preocupación por el reconocimiento del propio cuerpo, lo que induce someter al mismo a continuos procesos de escrutinio y remodelación. Es decir, la dominación masculina (Bourdieu, 2000) que coloca, supedita y condena a las mujeres al estatus de objetos simbólicos, sometidos a la mirada escudriñadora constante del otro, promueve en ellas un estado de inseguridad constante, pues se las exige resultar atractivas, bellas y estar siempre disponibles, lo que puede derivar en problemas de autoestima, así como una tendencia a la auto-objetivación. (Duportail, 2019):

> *"Me generaba muchísima inseguridad y me daba mucha vergüenza, como pudor, eh… como la exposición, me sentía como muy tonta, entonces, le preguntaba a amigas que me ayuden: '¿pongo esta foto?'". I29, 34.*

> *"Yo creo que alguna vez, eh… sí que me he podido cambiar alguna foto en el sentido de: 'uf, me estoy sintiendo insegura con esta foto'". I12, 27.*

“A ver…, a veces, sí que afecta esa exposición porque, al final, es que te están evaluando, quieras o no.” I25, 26.

Quizás, lo novedoso que integra *Tinder* es que también obliga a los hombres a ocupar una posición que tradicionalmente estaba destinada solo a las mujeres. Dejan de ser solo observadores y proveedores de diferentes juicios sobre los cuerpos de los demás y sus cuerpos pasan a ser también observados e incluso sometidos a juicios.

Por tanto, tal como Duportail (2019) plantea, los hombres se encontrarían en una situación incómoda dentro de la aplicación de citas, pues se ven abocados a experimentar un mandato de género que ha acompañado a la cotidianeidad de las mujeres, esto es, convertirse en diana de un ejercicio de enjuiciamiento valorativo, aunque no siempre sean conscientes y/o se muestren confusos al reflexionar sobre ello:

“No lo había pensado nunca, la verdad, no sabría decirte. Mmm… sí, sí, lo estaba pensando ahora, y sí, quizás, sí es verdad como que te estás exponiéndote a ti en un mercado, básicamente”. I21, 26.

“Al final, eh… al menos mi forma de crearme el perfil, supongo, que era intentar encajar o intentar proyectar las cosas que se suponen que son más atractivas de mí para cierto tipo de gente, entonces, eso parte de una preocupación de querer gustar a la gente”. I23, 24.

Podría sostenerse que la aplicación induce una cierta reformulación de los espacios de expresión de la masculinidad y feminidad. Por un lado, los hombres también se ven abocados a enfrentarse a esa condena feminizada de ser objeto de juicios constantes y estar expuestos a la mirada de la otra. Y, por otro, las mujeres pueden experimentar la posición de autoridad en la emisión de juicios sobre los otros usuarios. Mediante el flujo constante de imágenes y mensajes de texto que se comparten es posible combinar los roles de sujeto observador y sujeto observado, así como de sujeto u objeto de deseo.

Sin embargo, a pesar de que la auto-objetivación en la identificación digital forma parte de la idiosincrasia del entorno *online* y tanto los cuerpos de los hombres como de las mujeres son sometidos al catálogo de las miradas, es importante tener en cuenta el contexto de mediación y amplificación tecnológica, precisamente, porque puede reproducirse y/o intensificarse la visión cosificadora hacia los cuerpos de las mujeres en dichos entornos. Además, los procesos de preparación de este ritual de búsqueda de la aprobación del otro/a están generizados. La auto-objetivación a través de la identificación digital adopta un formato específico en el caso de los hombres frente a las mujeres. Así, los hombres, en su mayoría, afirman haber elaborado solos el perfil,

buscando desolemnizar y restar importancia al proceso de creación del perfil (y, por tanto, de sometimiento a la aprobación de la mirada externa), relativizándolo, así como descargarlo de fuerza socializadora, demostrando, en una performance de masculinidad, la propia seguridad o autoconfianza que poseen en sí mismos. Es decir, confían en su criterio y no dependen de la mirada o reconocimiento externo para validar sus opiniones y decisiones:

> *"Lo elaboré solo y para, a partir de mis fotos, expresar lo que me gusta, sobre todo, viajar. E intenté buscar fotos que solo saliese yo" I15, 25.*

Las mujeres reconocen en ellos esa forma de actuar. Es decir, se define como un comportamiento que identifica a los varones, constituyendo una expectativa de género:

> *"No me los imagino preguntando a amigos: 'ché, ¿te parece que salgo bien en esta foto?" I29, 34.*

Por su parte, ellas afirman haber elaborado el perfil en compañía, demostrando la importancia que tiene la opinión y mirada externa en la configuración de la identidad femenina:

> *"Lo hice rápido, eh. Lo hice acompañada, sí, acompañada de uno de ellos (de uno de sus compañeros de trabajo que la impulsaron a descargarse la app)" I27, 33.*
>
> *"Fue con unas amigas, en plan, de coña y lo hicimos en cinco minutos" I26, 28.*
>
> *"Nos echábamos unas risas, eh… pues viendo perfiles o les decía: 'mira, me he puesto esta foto, en plan, para parecer así más aventurera'." I8, 26.*

No obstante, resulta llamativo el recurso a la risa y a la ironía, dirigido a relativizar el peso simbólico del hecho de poseer una cuenta de usuario/a en la aplicación y el tiempo empleado en la elaboración del perfil, en un ejercicio de justificación de dicho proceso de autopresentación.

También, podría sostenerse que, mediante la consecución de *likes* y *matches*, se extiende a los varones el mandato vinculado a la feminidad normativa del ser para otros, que plantea una identidad supeditada a la validación externa. Sin embargo, cabe reflexionar si las conquistas en la aplicación impactan, tal como Duportail (2019) sostiene, de forma diferente en la autoestima de hombres y mujeres, respectivamente. Según su planteamiento, el efecto de validación social que supone recibir *likes* en la aplicación de citas de *Tinder* tendría una mayor repercusión en la autoestima, así como en los procesos de elaboración del propio autoconcepto, en las usuarias, precisamente

por el hecho, antes mencionado, de que la identidad femenina se encuentra históricamente moldeada por la mirada de los otros (masculinos):

> *"Tanto para bien como para mal, o sea, que te está dando 'me gusta' el chico que te gusta o tienes bastantes 'me gustas', en plan, rollo: ¡subidón! Pero, de repente, en plan, eh… no te están dando 'me gusta', en plan, un par de chicos que a ti te han gustado y tal, eh… bajón, tienes inseguridad. O ya no solo que te den 'me gusta', ¿no?, a lo mejor pues, eh… hablas a alguien, ¿sabes? o alguien no te habla y te da inseguridad. Al final, te estás, eh…, o sea, tu valor está dependiendo de los 'likes' o de las interacciones que tú estás teniendo." I12, 27.*

> *"En días más malos o así, que, quizá, (…) necesitaba un poco de cariño o sentirme un poco querida y tal, eh… quizás, sí que iba como más a buscar ese comodín. O también, quizá, domingos de resaca, así como después de salir de discoteca y tal, pues también acudía a la aplicación. Me hacía sentir bien" I3, 25.*

Así, en el caso de los usuarios masculinos, aunque también reciben una fuerte validación social mediante la consecución de *likes* o de *matches* con otras usuarias, la intensidad del impacto es más mitigada, debido a que ellos no dependerían tanto de la aprobación y de la mirada de las otras (femeninas) para la construcción de la propia identidad. Por tanto, dicha validación supondría para ellos más un reconocimiento social por parte de los pares (iguales), dentro de la fratría, esperando obtener un determinado prestigio influido por la cantidad o la acumulación de *likes* recibidos. Es decir, mientras para ellas impacta en la configuración de su identidad como mujeres, para ellos supone un reconocimiento de su identidad como varones. En el caso de las primeras, la validación proviene de los otros masculinos y, en el caso de los segundos, dicha validación proviene de sus iguales masculinos, demostrando así el poder simbólico de lo masculino para nombrar y ser nombrado, así como para otorgar valor en la realidad social.

Además, en la competición por conseguir más *likes* y *matches* (para ser más exitosos/as), la rivalidad podría verse incrementada en el caso de las usuarias, dada la tecnología patriarcal de promover una competitividad constante entre las mujeres, actuando como mecanismo disuasorio de alianzas colectivas que pudieran poner en cuestionamiento su propia opresión:

> *"Yo creo que si hubiera empezado a mirar perfiles de mujeres igual si me hubiera sentido un poco más, así, de: esta es más guapa, esta se saca mejores fotos, eh… tiene mejor cuerpo, lo que sea. Seguramente, de hecho, pero, así, como yo solo veía hombres, eso nunca me pasaba". I3, 25.*

Por otro lado, aunque la preocupación por cumplir con las normas estéticas establecidas ha sido tradicional e históricamente inoculada en las mujeres, en la virtualidad se observa cómo los hombres también han incorporado esta preocupación por consolidar su imagen en el entorno virtual (Lasén y Casado, 2014), aunque, en algunas ocasiones, lo expresen de forma ambigua:

> *"No subí ningún selfie (…) Me gusta que se me viera como de verdad soy, pero está claro que quería salir atractivo". I15, 25.*

> *"Pues las fotos intentaba coger (…) las que salía más favorecido, eh… sí que es verdad que yo siempre para este tipo de fotos intento mostrar mucho la sonrisa, eh… pero, bueno, recuerdo que también tenía alguna foto sin camiseta, y así un poco eh… más chulitas. Pero… bueno, en general, pues eso, las fotos en las que yo me veía más… más… más guapo y más atractivo". I18, 27.*

Cuando los jóvenes varones reconocen esa preocupación por cuidar su imagen, ajustarse y/o encajar en los cánones estéticos establecidos, suelen vincularla a la selección de las propias imágenes que iban a publicar y no a su transformación, a fin de distanciarse del espacio simbólico vinculado con lo femenino, pues tal acercamiento podría promover el cuestionamiento de su virilidad, reduciendo así su capital en el mercado erótico:

> *"A ver, eh…„si te digo la verdad, el único criterio era no ser cutre (…) Entonces, simplemente, un perfil medio decente, a lo mejor, con fotos con un paisaje, con un poquito, vamos, con calidad, que no estén pixeladas, eh… no sé, pero una estética mínimo. Tampoco, me le curré demasiado, ni me puse a pensar cuál tenía que ir primera, segunda, tercera…, la que parecía más bonita la ponía primero y ya está.". I17, 26.*

Sin embargo, en las imágenes de algunos de los perfiles virtuales observados y en las de los perfiles de algunos de los informantes recogidas, se aprecia un ejemplo claro de esa preocupación y cuidado de la estética de las fotos: poses medidas, cambios en la tonalidad de la imagen, empleo de filtros embellecedores o que modifican de algún modo la textura de la piel, etc…

Imagen III.5.

Imagen III.6.

Ambas imágenes (5 y 6) pertenecen al mismo perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplos del cuidado de la estética de las fotos en los varones.

Imagen III.7.

Imagen III.8.

Ambas imágenes (7 y 8) pertenecen al mismo perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplos del cuidado de la estética de las fotos en los varones.

Incluso, a veces, ese cuidado de la estética de las imágenes publicadas, se acompaña con la adopción de un estilo erotizado que tiene como objetivo la seducción:

Imagen III. 9. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de la adopción de un estilo erotizado en las autopresentaciones de los varones.

Por tanto, también transforman sus presentaciones imaginadas, aunque eviten reconocerlo explícitamente para eludir el cuestionamiento de su masculinidad. En ocasiones, también recurren al capital económico y profesional para reforzar su competitividad en el mercado sexo-afectivo. (Eyzaguirre, Parrado y de Marcos Fernández, 2022):

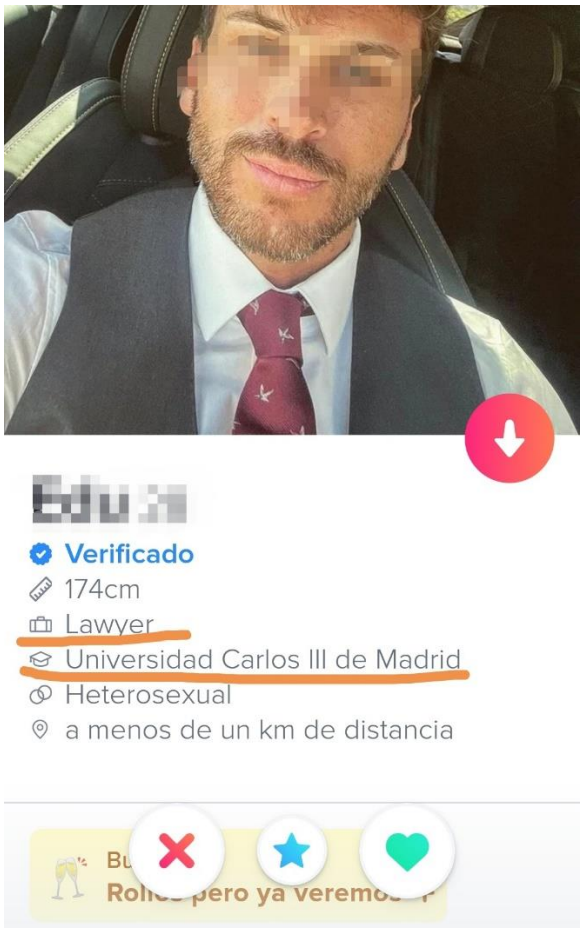

Imagen III.10. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo del recurso al capital económico y profesional.

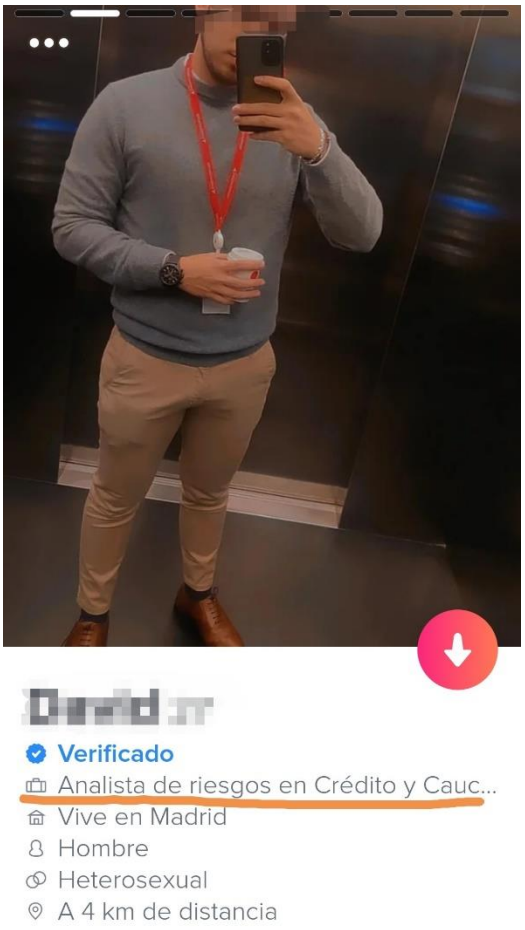

Imagen III.11. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo del recurso al capital económico y profesional.

Sin embargo, las mujeres se sienten más intensamente interpeladas frente a la exigencia social de participar en un ritual de ajuste a un ideal del yo, por la ya mencionada interpretación de la identidad femenina como deficitaria. Esto induce a las mujeres a adoptar una disposición constante a modular su presentación a fin de ganar reconocimiento y validación como mujeres valiosas (atractivas):

> *"Las chicas, (…) la mayoría usan…, o sea, se nota que usan, eh… no en todas las fotos, pero en la mayoría de las que tienen, eh… filtros o como muy… no filtros de que te deforman, modifican la cara sino muchos filtros, como esto de más estética, como que te hace la piel más bonita (…) También, que, a veces, como que intentan verse lo mejor posible y, al final, es como después te veo en persona y no sos tan así.". I28, 24.*

Aquí, es interesante destacar la diferenciación que se realiza entre los conceptos de 'de-formar' y 're-formar', pues parece que se problematiza más el primero, aunque en ambos

casos se trate de una versión revisada y remodelada de la presentación de la persona (“después te veo en persona y no sos tan así”).

Por tanto, a pesar de que tanto hombres como mujeres parecen verse interpelados ante la exigencia de conseguir éxito (*likes* y *matches*) en la aplicación, así como por la preocupación por cumplir con los imperativos estéticos que lo determinan (una cuestión que podría interpretarse como una transformación de los mandatos de género), su experimentación es distinta o posee una intensidad diferente, precisamente, por el sesgo patriarcal y androcéntrico que revisten dichos imperativos, que parte de la premisa de que la identidad femenina es una identidad deficitaria que es necesario someter a revisiones constantes. Así, podría sostenerse que, aunque tanto mujeres como hombres son interpelados en tanto que objetos sexuales, la posición deficitaria de las mujeres explica que tales procesos adopten en las mujeres una intensidad especial.

Además, la exigencia a la que las mujeres son sometidas en cuanto al cumplimiento con los cánones estéticos establecidos es siempre constante, debido a que el objetivo a alcanzar siempre es móvil y cambiante, por lo que es imposible alcanzarlo de forma definitiva. De este modo, el trabajo sobre una misma se convierte en una obligación permanente. Se trata de un trabajo profundo asociado, tal como se mencionaba, al imperativo de cambio y modulación de ciertos aspectos, porque existen fallos o errores en la propia identidad femenina. (Gill y Orgad, 2021).

En el caso de los varones estas exigencias constituyen mandatos que suelen ser temporales, y son instrumentales y/o enfocados a una finalidad concreta. Por ejemplo, en el caso concreto de las aplicaciones de citas, las exigencias hacia los varones por cumplir con las normatividades estéticas se encuentran dirigidas a conseguir un mayor número de encuentros socio/sexo-afectivos.

En relación al segundo ámbito de potencial transgresión de la normatividad de género que integraría *Tinder*, podría entenderse el simple hecho de que las mujeres tomen la iniciativa de crearse un perfil en esta aplicación para conocer o encontrar a una potencial pareja sexo-afectiva como un desafío de uno de los mandatos de género que conforman la feminidad más normativa, basado en la pasividad de las mujeres. Este acto supone desafiar, de algún modo, los roles de conquistador y conquistada, respectivamente, y podría promover una reformulación de las subjetividades de género hegemónicas.

Además, mediante la descarga de la aplicación, tanto hombres como mujeres, en primera instancia, suelen buscar ampliar y extender, de forma activa, sus espacios de socialización y de expresión lúdica:

"Yo he vivido en muchísimos sitios, entonces, siempre que llegaba al lugar nuevo, pues era una forma de conocer gente mientras trabajaba o yo qué sé, de una forma muy eficiente, ¿no? No tenía que salir o perder tiempo en un bar" I13, 29.

"Pues yo creo que, generalmente, lo más frecuente, o sea, difícil de generalizar, pero creo que lo más frecuente es que buscan relaciones más casuales, tanto hombres como mujeres (…) Creo que, en general, las personas que lo descargan es porque quieren solo como tener una relación casual o tener eso, encontrar a alguien con quien tener relaciones sexuales y ya" I29, 34.

Algunos hombres, al expresar su intencionalidad de establecer vínculos estables a través de la aplicación, transgreden, en parte, el rol de género masculino por el que los hombres solo buscarían encuentros esporádicos empleando la aplicación como una forma de satisfacer su deseo sexual:

"A ver, yo te diría que me bajé la aplicación pf… en un primer momento, para buscar pareja estable" I7, 26.

"Pensando que podría encontrar, realmente, a alguien allí, no solo para citas esporádicas, sino para algo más" I24, 31.

Por su parte, las mujeres, mediante la declaración explícita de sus intenciones en la aplicación subvierten las normas del amor romántico y se convierten en agentes y no solo pacientes de estos procesos de encaje. No obstante, lo hacen, tal como más adelante se detallará, incorporando las normas del sentir masculinas:

"O sea, más que nada, lo que me impulsó fue ganas de acostarme con un tío, la verdad, porque llevaba 4 años con una mujer y habíamos tenido muchos problemas de relaciones sexuales y tal. (…) Los motivos fueron, sobre todo, el acabar de salir de una relación, el tener ganas de explorar como la otra posibilidad que me ofrece mi orientación y, la verdad, que muchas ganas de tirarme a alguien." I2, 24.

"Yo creo que en todas las ocasiones como para abrir un poco mi círculo social, conocer nuevas personas, pero, obviamente, con la intención de tener relaciones sexuales esporádicas." I8, 26.

Por ello, ese desafío de los mandatos de la feminidad más normativa sigue penalizando de forma más severa a las mujeres, en un intento por restaurar el orden de género. Ellas tienen que enfrentarse a una cierta estigmatización social por el simple hecho de usar

esta aplicación, pues, como antes se refería, supone una violación de los estereotipos de género sobre lo que es adecuado o no para las mujeres o sobre lo que deben o no hacer:

> *"Como a las mujeres socialmente se nos ha educado como que no tenemos que ser promiscuas, no tenemos que fijarnos en el exterior y demás, sino en el interior, pues como que creo que algunas mujeres dudan más en dar el paso, precisamente, por eso, porque no es como socialmente está admitido y es correcto". I26, 28.*

> *"Sí que te ven como la fresca que anda buscando el ligue por internet". I27, 33.*

Esa denuncia y/o señalamiento del no cumplimiento con las demandas y expectativas vinculadas a las mujeres de pasividad en cuanto a la búsqueda de vínculos sexo-afectivos, así como de mujer que espera a ser conquistada, en ocasiones, no solo proviene de los hombres sino que también las propias mujeres pueden hacerse eco de dicha denuncia como resultado de los procesos de socialización. Estas, mediante la interiorización de esa mirada androcéntrica que constantemente somete a escrutinio y juicio a todo aquello que hacen las mujeres, y de las normas de género, se pueden convertir en rehenes de prácticas de opresión que ellas mismas experimentan:

> *"Considero que hay estigma y creo que hay estigma, sobre todo, entre las mujeres. Diría, además, porque… luego tuve conversaciones con… pues, con chicas que no lo usaban, y me acuerdo que decían: 'no, no, si a mí me parece muy bien que lo tengas, pero es que yo ni de coña. Yo nunca lo tendría'. I20, 25.*

Estos testimonios ponen de manifiesto cómo esa estigmatización tiene que ver con el estereotipo de género asociado al modo adecuado de experimentación de la sexualidad femenina, en donde la agencia y el propio deseo quedan relegados a un segundo plano o deben ser escondidos. Por eso, tomar la iniciativa en el establecimiento de vínculos relacionales o en la búsqueda de los mismos, elaborándose un perfil en una aplicación de citas, puede ser objeto de estigma en el caso de las mujeres, ante el incumplimiento de una norma moral al desafiar las expectativas y/o mandatos de género, así como el estereotipo de lo que se concibe como "buenas mujeres". Es decir, sigue existiendo una "cierta percepción generalizada de que las mujeres que hacen uso de esta aplicación están transgrediendo determinadas características asociadas tradicionalmente al rol de género asignado a las mujeres". (Navarro, 2016; pág. 91)

Aunque entre los/as usuarios/as de *Tinder* hay una sobre-representación de perfiles de personas con identidades, expresiones de género y sexualidades normativas, también

es interesante analizar cómo estas tecnologías de subjetivación en manos de la aplicación que inducen disposiciones generizadas impactan en (la configuración de) las expresiones identitarias de género disidentes.

1.3. Las disidencias de género en *Tinder*.

En ese marco, se busca estudiar en qué medida los mandatos de género estudiados someten o cómo son vivenciados específicamente por las identidades, expresiones de género y orientaciones sexuales disidentes.

En primer lugar, la exposición a la mirada del otro y el sometimiento a la auto-objetivación que imprimen los procesos de conformación de las identidades digitales también impactan en la conformación de las identidades, expresiones de género y sexualidades más alejadas de la norma. Sin embargo, se observa que la identificación con una orientación sexual normativa puede ser vivenciada, en algunos casos, como un factor que favorece el acatamiento de las normas estéticas de género:

> *"Hay una cosa curiosa que es que cuando tenía el perfil, al principio, que era hetero, como que cuidaba más el perfil. Y subía como más fotos de mi cuerpo, con determinadas poses y estaba pues como más preocupada por mi imagen, por así decirlo". I32, 27.*

En cambio, el cuidado estético de los perfiles virtuales, por esa ultraconciencia de verse sometides[52] al juicio de la mirada del otro, también se reproduce en el caso de les usuaries con presentaciones virtuales disidentes:

> *"Obviamente, si es una foto que no me gusta, no la subo, pero, vamos, creo que esto es más algo mío que del Tinder (…) Es verdad que, luego, preguntaba, ¿no? Y me decían mis colegas: 'bueno, pero tienes que poner más cosas, tal… No sé qué…'" I30, 33. Hombre trans*

Incluso, podría considerarse que la presión y/o preocupación acerca de la validación pública de los/as otros/as se intensifica. Esto es, su condición transgresora de la cisheteronorma refuerza los mecanismos de producción del miedo, falta de control, inseguridad, etc:

> *"Este nerviosismo de la primera vez que haces este tipo de cosas, como que yo siempre pues la gente con la que he vinculado, pues, la he conocido. Ahora,*

[52] El uso de la letra «e» como marca de género inclusivo se ha considerado necesario para evitar asunciones binarias de las identidades que no se corresponden con el binarismo de género y/o que se sitúan alejadas del mismo.

estoy pensando en la primera novia que tuve, ¿no?, pero siempre la he conocido antes, de otro contexto y, luego, pues he empezado a tener, pues, una mayor intimidad. O sea, en este caso, era esta cosa de: me salto toda la primera parte y directamente vamos como a intimar. Entonces, sí que había algo. No es como miedo, pero sí que era un poco entre nerviosismo, presión, qué se espera de mí, qué no". I30, 33.

Al mismo tiempo, es solo en el caso de perfiles virtuales de personas con expresiones identitarias y orientaciones sexuales diversas donde se encuentran (auto)presentaciones alejadas o que desafían, de algún modo, los cánones estéticos establecidos. Es decir, podría sostenerse cómo las identidades de género también influyen y/o conforman las performances de género:

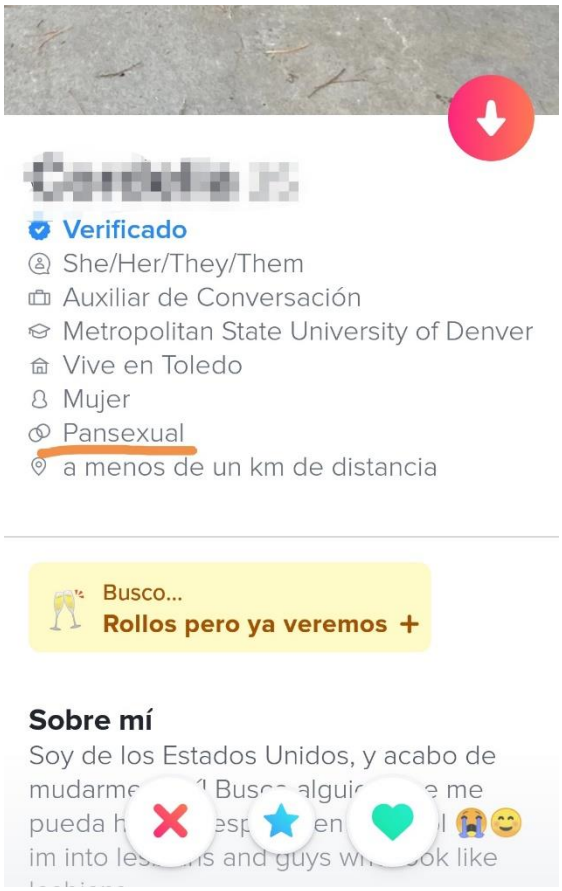

Imagen III.12.

Imagen III.13.

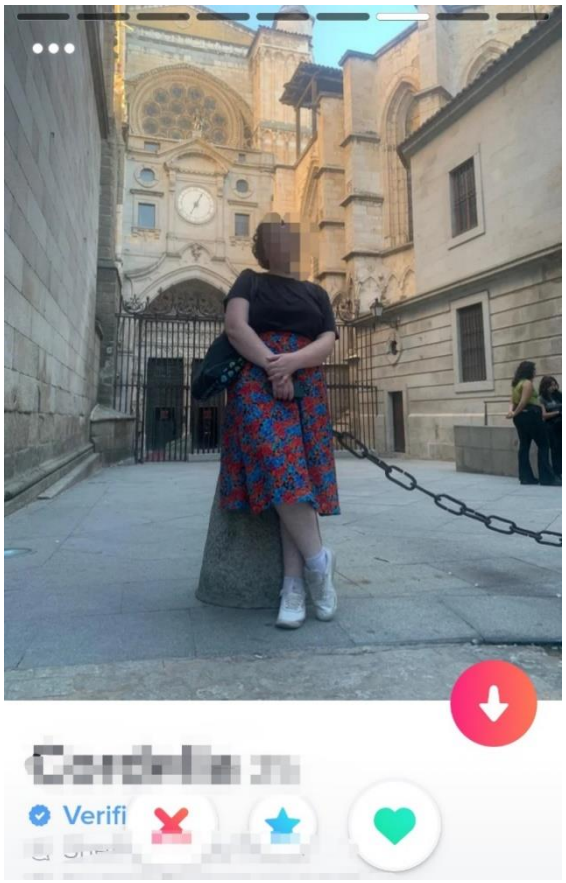

Imagen III.14.

Las tres imágenes (12,13 y 14) pertenecen al mismo perfil virtual de una usuaria de *Tinder*. Ejemplos de autopresentaciones alejadas de los cánones estéticos.

En cuanto a la conquista de *likes y/o matches* (códigos comunicativos centrales en los intercambios simbólicos que conforman la comunicación en *Tinder*) y su funcionamiento como marcador de reconocimiento en los procesos de negociación de las identidades de género, curiosamente, en algunos casos, la disidencia en las expresiones identitarias de género puede traducirse en capital sexual:

> *"En relación a los likes que he recibido, es una sensación mía, pero sí que había más personas que quisieron conectar conmigo cuando en la descripción me identifiqué como una persona trans masculina.". I30, 33.*

Sin embargo, por lo general, el reconocimiento o éxito (*likes y matches*) que suelen recibir las presentaciones de usuaries con expresiones identitarias disidentes suele ser menor en relación a las más normativas:

> *"Veía como que no hacía match con nadie o no me resultaba mucho.". I28, 24.*

"Si lo comparo cuando, al principio, tenía el perfil como heterosexual recibía muchos más likes que cuando, después, me lo hice siendo bi, la verdad. No sé por qué será. E incluso cuando he dicho que era lesbiana". I32, 27.

Por tanto, podría interpretarse que el reconocimiento y aprobación social que reciben los/as/es usuarios/as/es en la aplicación funcionan como mecanismos disciplinadores y de llamada al orden de género. En esta penalización de la resistencia o desafío de los mandatos de género y en el intento por corregir dichas desviaciones es interesante destacar la intimidación, violencia, etc. que se ejerce cuando se declaran sexualidades disidentes o poco convencionales:

"Cuando empecé a usar la aplicación siendo bi, fue mucho peor, porque tuve que soportar comentarios obscenos y *libidinosos. Incluso llegaban a cuestionar mi sexualidad". I32, 27.*

Quizás, en otras aplicaciones más enfocadas a usuaries con otras identidades, expresiones de género y orientaciones sexuales, la disidencia pueda traducirse, más claramente, en capital sexual. En cualquier caso, lo interesante para este trabajo de investigación no es tal vez si reciben más o menos reconocimiento (mediante esos *likes* y *matches*), sino que este, tal como antes se mencionaba, actúa como un marcador simbólico importante.

También, es interesante observar en qué medida la adopción de sexualidades no hegemónicas puede implicar en algunos casos una revisión de su posición de agencia en la pareja:

"Yo, antes, cuando hacía un match con alguien, eh… yo esperaba a que me hable la persona, o sea, como que veía el match y, bueno, lo dejaba ahí y decía: 'bueno, ya me hablará', y ahora es como que no, es como voy a hablar yo, pongo un: 'hola, ¿todo bien?', o sea, como que cambié esa parte de decir: 'bueno, voy a tomar la iniciativa, ¿por qué no? Si al final si hicimos match es por algo, ¿no?". I28, 24.

Curiosamente, algunas de las informantes bisexuales sostienen que sí deciden tomar la iniciativa a la hora de interactuar con otras mujeres y, sin embargo, no suelen hacerlo cuando conectan con hombres:

"Sí, o sea, a lo mejor hablaba yo más a las chicas, porque tenía más interés o lo que sea, pero normalmente a ninguno. O sea, ni a chicos ni a chicas, pero si, en algún caso, chicas." I31, 24.

Es decir, se desvela que los rituales de género suelen estar más presentes, se reproducen o se experimentan con mayor intensidad en vinculaciones entre hombres y mujeres y/o vínculos heterosexuales.

Por tanto, y para acabar este apartado, se observa que se reproducen mandatos y rituales de género en el entorno virtual de *Tinder*, sobre todo, en la configuración de identidades y subjetividades de género normativas. Sin embargo, veamos esto con detenimiento, pues se detectan, principalmente, dos tipos de procesos. Por un lado, se desarrolla una exacerbación e/o intensificación de mandatos tradicionales de género en el intercambio simbólico virtual (que carece de algunas de las herramientas que aporta la interacción social *offline* para el desarrollo de la presentación pública) (5.2). Por otro, se introducen tecnologías adicionales de género (presentadas como transformadoras o transgresoras) mediante las que, no solo se reproducen mandatos de género, sino que se extienden y apuntalan los fundamentos radicales del neoliberalismo (5.3). Profundicemos en ellas.

2. Exacerbación de mandatos tradicionales de género: rituales de producción y conquista de reconocimiento.

2.1. La afirmación de los mandatos de género mediante los perfiles virtuales.

Tal y como se ha planteado, la elaboración y negociación de la presentación pública es uno de los espacios centrales en la configuración de identidades de género. Sin embargo, en el caso de la aplicación de *Tinder*, los/as sujetos/as performan la feminidad y la masculinidad, autorrepresentada y negociada, a través de la producción de un contenido ampliamente reavivado, reafirmado y producido en la comunicación mediática y digital de la contemporaneidad.

Así, se observa cómo, por un lado, en los perfiles virtuales de los usuarios se performan mandatos de la masculinidad más hegemónica, vinculados a la exhibición de poder, de fuerza, de valentía y de exposición al riesgo, de forma exacerbada. Estos mandatos se evocan, tal como se puede apreciar en la imagen 15, mediante una presentación virtual del usuario a través de la posesión de armas, la utilización de una vestimenta con claras reminiscencias a los uniformes militares y la localización de la imagen en un entorno silvestre, salvaje, etc. Las armas como herramientas vinculadas a la lucha y a la guerra actúan como desplazamiento semántico de carácter metonímico que invoca la fuerza, la defensa, el coraje... Por tanto, no solo contribuyen a ensalzar esa masculinidad más hegemónica, sino que, al mismo tiempo, hacen de esta con-fusión metonímica una dimensión central del capital erótico con el que los varones compiten en el mercado sexo-afectivo.

También, la masculinidad hegemónica se representa y/o exalta mediante la publicación de imágenes de los usuarios sin camiseta, mostrando sus cuerpos musculados en poses que tratan de demostrar la posesión de fuerza y localizadas en espacios como gimnasios o incluso en espacios domésticos, donde suelen ejercitar sus cuerpos, como se aprecia en las imágenes 16 y 18.

Por otro lado, tal como se puede observar en la imagen 17, los usuarios también emplean, en un espectáculo de afirmación de poder, imágenes en donde aparecen acompañados de artículos de lujo, frecuentemente asociados al riesgo, a la velocidad y al éxito social, como es el caso de vehículos de alta gama. La potencia y afluencia también actúan como marcadores semánticos del capital erótico con el que ganar audiencia en el mercado de las identidades de género especulares. Tal como plantea Illouz:

> Los bienes funcionan como herramientas simbólicas expresivas que intensifican las propiedades comunicativas y teatrales del intercambio romántico. En lugar de inhibir y reprimir al yo, resultan útiles como elementos auxiliares para ponerlo en escena. (2009, pág. 203)

Asimismo, algunos usuarios, tal como se muestra en la imagen 19, publican fotografías en sus perfiles en donde aparecen en sus puestos de trabajo para afirmar ese poder o la pertenencia a un determinado estatus socio-económico.

En esta performance exacerbada de masculinidad también es frecuente que, en la elaboración de sus perfiles virtuales, los usuarios empleen imágenes en donde aparecen realizando o practicando tanto actividades como deportes de riesgo, tal como puede observarse en el caso de la imagen 20, con el objetivo de presentarse como hombres valientes.

Imagen III.15. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad.

Imagen III.16. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad.

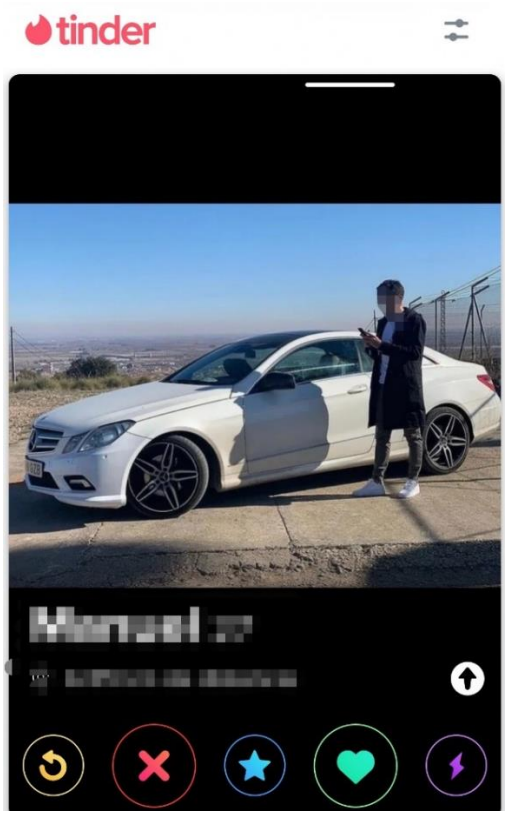

Imagen III.17. Perfil virtual de un usuario de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de masculinidad.

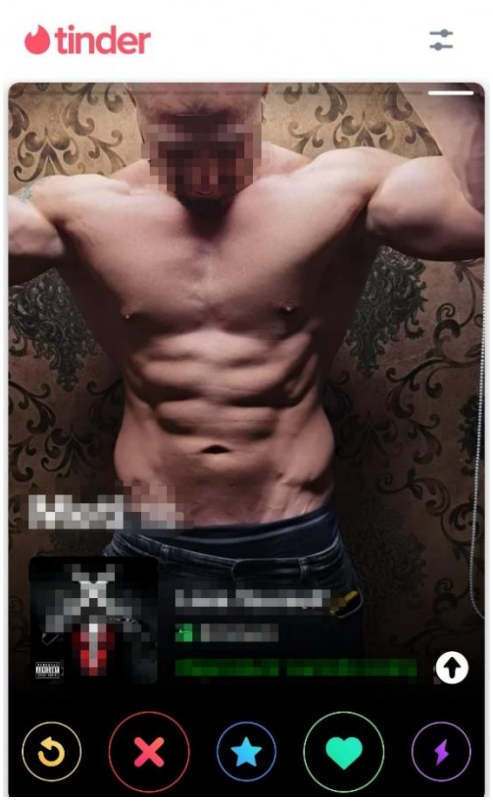

Imagen III.18. Perfil virtual de un usuario de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de masculinidad.

Imagen III.19. Perfil virtual de un usuario de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de masculinidad.

Imagen III.20. Perfil virtual de un usuario de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de masculinidad.

O incluso, tal como se aprecia en las autodescripciones de algunos perfiles destacados, que se presenten apelando a la identidad nacional:

Imagen III.21. Autodescripción personal de un perfil de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad.

Imagen III.22. Autodescripción personal de un perfil de un usuario de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de masculinidad.

Otro de los rasgos con los que los usuarios activan su capital sexual y amplifican su masculinidad es mediante la alusión al espacio ocupado y gobernado como afirmación de poder. Indicar y exhibir su altura en el perfil correspondería a la demostración de que cumplen con uno de los mandatos de la masculinidad, basado en que los hombres deben ocupar más espacio que las mujeres, superarlas en tamaño, a fin de performar su rol de protección y fortaleza frente a ellas. Incluso, a modo de exacerbación de su performance masculina algunos (imagen 23) mencionan o tratan de sugerir el tamaño de sus genitales:

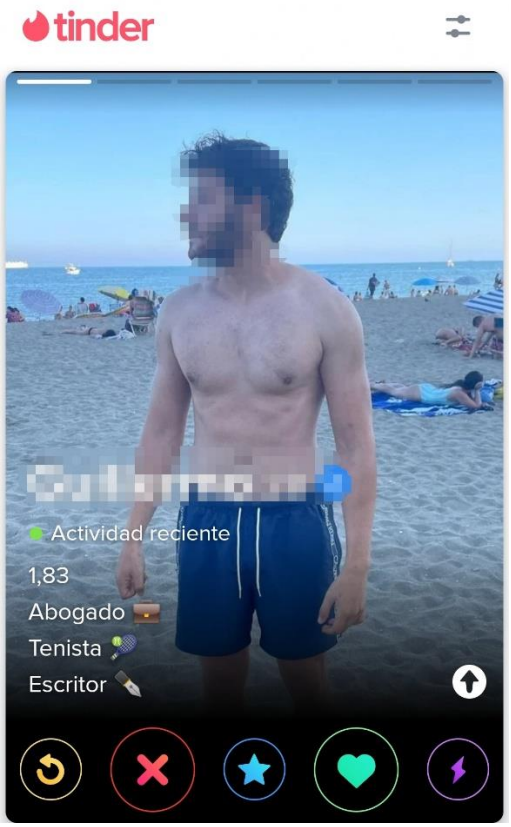

Imagen III.23. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad.

Imagen III. 24. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad.

Imagen III.25. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad.

En los procesos de reconocimiento y puesta en escena de la feminidad también se alude a las características físicas como la altura, de modo que se presupone que ellas, por su parte, deben medir menos que ellos, es decir, tienen que ocupar menos espacio. Así, indicar la altura en la descripción de su perfil podría interpretarse más bien, en el caso de las mujeres como una llamada de atención ante la anticipación de potenciales problemas (como una reafirmación de la propia feminidad):

> *"Sí que me acuerdo que puse la altura porque me acuerdo, o sea, (se ríe) soy muy alta y puse: 'mido 1,80'.*
>
> *(…)*
>
> *Lo que no quería es que la otra persona se llevase sorpresa (se ríe). Me refiero, que supiera lo que mido, que me da igual lo que mida la otra persona, pero lo que no quiero es que luego me digan: 'ay, es que eres muy alta', lo típico". I22, 26.*

Este estereotipo de género vinculado a la estatura se encuentra profundamente interiorizado, de forma que actúa como otro criterio de ajuste de las preferencias de unos perfiles sobre otros:

> *"Siempre me han llamado mucho la atención los chicos (…) pues diría que quizá un poquito más, en ese sentido, un poquito más alto que yo" I5, 23.*

“Es que me rayaba mucho, eh… con la altura de los chicos, ¿sabes? Entonces… eh… una limitación, pues eso, que tenías que preguntar o me ponía a mirar en las fotos; rollo, será más alto que yo, no será más alto…” I12, 27.

En ese marco, también se aprecia, en el caso de los perfiles virtuales de las usuarias una puesta en escena exacerbada de la feminidad a través del recurso a posturas estilizadas y vestimentas claramente feminizadas. Asimismo, las imágenes empleadas tratan de transmitir delicadeza, bondad y dulzura, incluso una cierta infantilización, atributos asociados tradicional y culturalmente con la feminidad más normativa. Resulta más inusual que las usuarias se presenten con una expresión de enfado, de poder, de fuerza, etc.

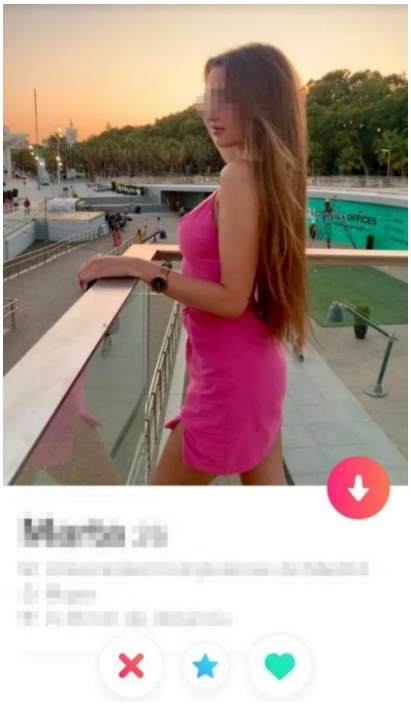

Imagen III.26. Perfil virtual de una usuaria de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de feminidad.

Imagen III.27. Perfil virtual de una usuaria de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de feminidad.

Imagen III.28. Perfil virtual de una usuaria de Tinder. Ejemplo de afirmación de feminidad.

Imagen III.29. Perfil virtual de una usuaria de Tinder. Ejemplo de afirmación de feminidad.

Se observa que las mujeres, al igual que en la realidad *offline*, tratan de ajustarse a los cánones estéticos normativos; sin embargo, ahora, cuentan con más herramientas para ajustar y adaptar su imagen reflejada a los mismos, de modo que los refuerzan:

> *"Yo creo que casi todas las fotos que tengo sí que está modificada la luz, la exposición, eh… sombras, brillo, etcétera". I6, 26.*

> *"Sí que me gusta subir fotos bonitas y trabajadas, en plan, pues editar lo que es que tenga una buena luz, una buena nitidez, bueno, esas cosas, ¿sabes?". I10, 25.*

> *"Yo soy una rayada con las fotos y lo que te digo que, para mí, la foto tenía que ser estéticamente chula en la que, encima, se me viese de forma atractiva, que era el objetivo principal". I12, 27.*

Además, se advierte que, aunque también los usuarios exhiben su cuerpo como parte de su capital erótico, tal vez las usuarias suelen instrumentalizar su atractivo físico para conseguir un mayor número de *likes* o *matches* en mayor medida que los varones. Y en sus (auto)presentaciones, les cuesta definirse y/o representarse en términos distintos a

la delgadez, la cual actúa como mandato social prescrito a las mujeres, demostrando así como la talla de la mujer funciona como condensador semántico contingente de feminidad. Pero, también, se observa, por el protagonismo que adquieren en tales autopresentaciones, cómo lo hacen partes del cuerpo que condensan culturalmente la feminidad, como el pecho y/o el trasero y sus dimensiones.

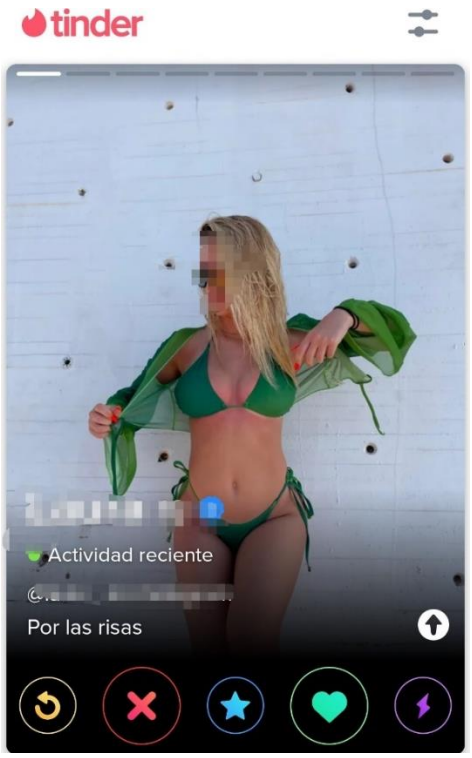

Imagen III.30. Perfil virtual de una usuaria de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de feminidad.

Imagen III.31. Perfil virtual de una usuaria de Tinder. Ejemplo de afirmación de feminidad.

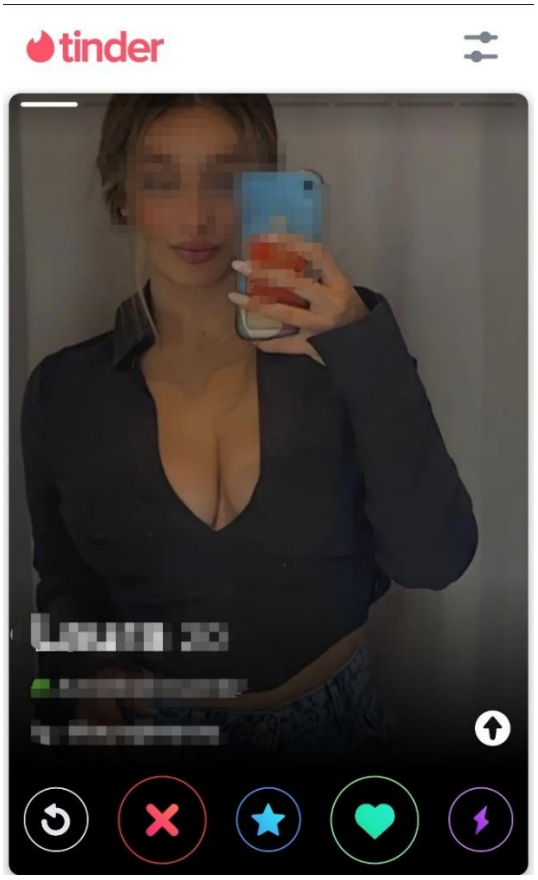

Imagen III.32. Perfil virtual de una usuaria de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de feminidad.

Imagen III.33. Perfil virtual de una usuaria de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de feminidad.

Esta cuestión muestra el modo en el que los diferentes mandatos de género se han ido intensificando en los entornos virtuales, y cómo la dimensión estética se sigue construyendo y/o presentando como uno de los aspectos centrales de la identidad femenina.

De hecho, durante la observación participante no se encontraron perfiles virtuales con corporalidades demasiado alejadas de la norma, y que no se ajustasen, de algún modo, a los imperativos de delgadez impuestos socialmente como medida de deseabilidad social. Solo se encontraron algunos perfiles de hombres con medidas más grandes:

Imagen III.34.Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de perfiles de varones alejados de la norma.

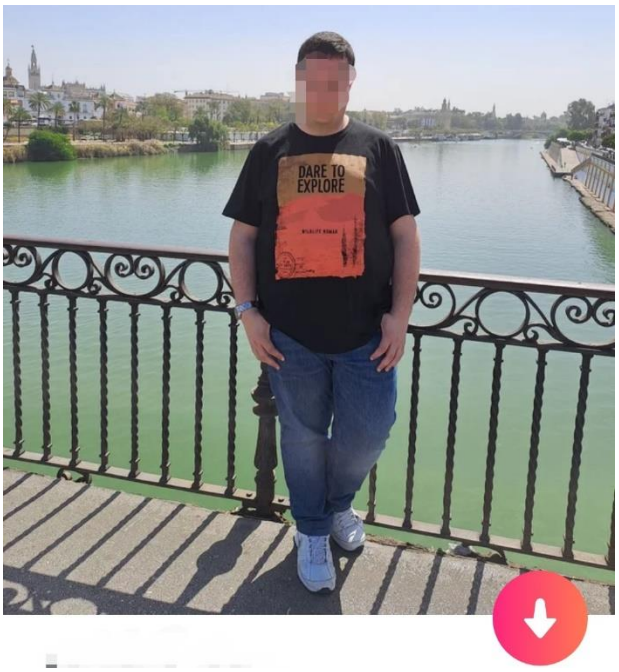

Imagen III.35. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de perfiles de varones alejados de la norma.

Sin embargo, en la mayoría de los casos dichas medidas se correspondían con un aumento de la musculatura como resultado de un proceso de intervención e ingeniería del cuerpo, en sintonía con la cultura del "gimnasio", del esfuerzo y de la autosuperación. (Echagüe, M. I. M, 2015), tan afín al ethos emprendedor de autosuperación. Esto es interesante en tanto que, si bien parecería que son solo las mujeres las que se ven impelidas a transformarse, a cambiarse y/o a ajustarse a los cánones normativos, de forma exacerbada, por la hipervisibilidad que impone la virtualidad, se observa que los hombres también hacen de la conquista y dominio del propio cuerpo un ejercicio de afirmación de masculinidad.

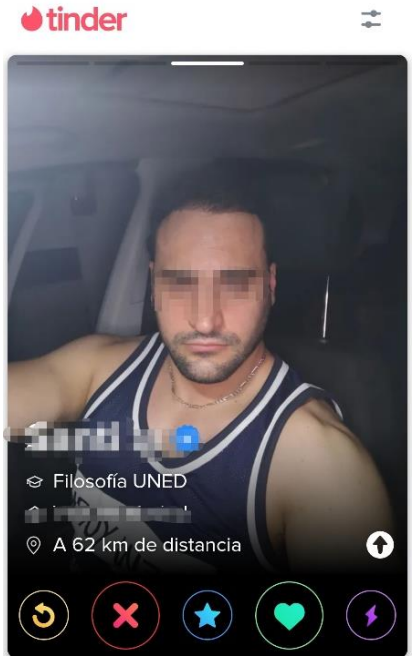

Imagen III.36. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de la cultura del "gimnasio".

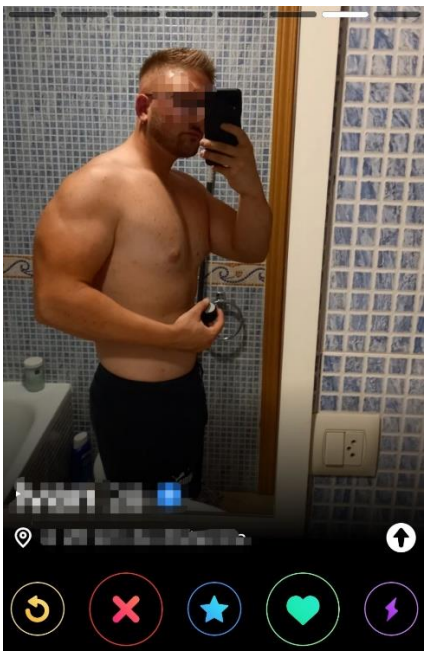

Imagen III.37. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de la cultura del "gimnasio".

Por tanto, resulta difícil encontrar una presencia real de masculinidades o feminidades disidentes en las autopresentaciones virtuales de los cuerpos. Esto se debería a que la virtualidad impone a los sujetos y/o los obliga a intensificar sus presentaciones de género o a ajustar estas últimas más a la normatividad para obtener mayor reconocimiento, pues los/as usuarios/as carecen de otras opciones para poder presentarse ante los/as otros/as que mediante los perfiles virtuales que elaboran, y en donde muchas de las herramientas de representación y/o configuración y negociación de las identidades que se poseen en la realidad presencial no están presentes.

2.2. La activación de roles y normas ritualizadas de género en el uso de la aplicación.

La (re)producción de mandatos y/o subjetividades de género no solo se desarrolla a través de la aplicación en sí misma (mediante las tecnologías de subjetivación vinculadas a la configuración y negociación de los perfiles/identidades virtuales), sino que el formato que adopta el uso de esta expresa disposiciones de género. Específicamente, se observa que el uso de la aplicación refleja cómo estas tecnologías específicas en manos de *Tinder* inducen ritos (prácticas sociales) de producción y apuntalamiento de las relaciones y subjetividades de género. La noción de *ritual* (conjunto de ritos) empleada y analizada por Durkheim (1982) como un modo de

reafirmar representaciones colectivas, resulta útil para explorar cómo actúan dichas tecnologías.

Según esta propuesta analítica:

> Necesariamente tiene que haber en la base de todos los sistemas de creencias y de todos los cultos un cierto número de representaciones fundamentales y de actitudes rituales que, a pesar de la diversidad de formas que han podido adoptar, tienen en todos los casos idéntica significación objetiva y cumplen siempre idénticas funciones. (Durkheim, 1982, pág. 4)

El género, en tanto categoría del pensamiento, se interpreta como una representación colectiva pues traduce estados de la colectividad, en concreto, las relaciones desiguales entre hombres y mujeres. Los rituales de género funcionarían como un modo de reafirmación y apuntalamiento de dicha representación colectiva, pues tratan de regenerar constantemente el orden de ideas y creencias (el orden social de género/el sistema patriarcal) que sostiene dicha representación.

Un ejemplo clave de estas actitudes rituales de género es el desigual reparto de roles sociales según el género/sexo de la persona. Dentro de la aplicación, este desigual reparto parece seguir el esquema tradicional patriarcal de representación que se sigue en la realidad *offline*, según el cual los hombres actúan (toman la iniciativa para comenzar los chats y las interacciones virtuales) y las mujeres se exhiben para la mirada, esperando a ser deseadas y funcionando como objetos observables dentro de la aplicación:

> *"En Tinder casi siempre yo, muy poquitas veces me han hablado ellas de primeras". I14, 26.*

> *"Generalmente empieza el chico la conversación, 90% de las veces". I33, 27.*

Además, en los rituales de cortejo de las mujeres, se continúan reproduciendo roles o estereotipos de género tradicionales mediante el empleo de piropos, profundamente interiorizados por ambas partes:

> *"A la hora de interactuar con la otra persona, normalmente, eh… como que esperan a que los hombres sean los primeros que les hablen y que hablen de una manera, eh… pues que llame la atención, que no sea un simple: 'hola', sino que sea, pues, son un pickup Klein, eh… es decir, como un piropo, ¿sabes? O hay muchas que tienen en su perfil eh…: 'suéltame tu mejor piropo', rollo, eh…*

'te vas a derretir porque eres un bombón', ¿sabes?, o cosas de ese estilo". I9, 23.

El recurso al piropo, por ejemplo, se basa en la producción de un juicio sobre la apariencia, en concreto, sobre aquella que se interpreta, configura y/o acepta socialmente como femenina. Se trata de una expresión pública de los roles de género donde se expresa el rol activo y dominante del hombre heterosexual como emisor del mismo, y el rol pasivo y subordinado de la mujer en tanto receptora de este. Tal como Maldonado Chamba (2015) sostiene, el despliegue de piropos "reviste una lógica heteronormativa que reivindica el poder que ejerce el género masculino sobre el espacio público imponiéndole un ejercicio de subordinación al rol femenino como externo a este espacio de poder." (pág.22). Los varones hacen suyo, así, el espacio público pero, también, el cuerpo de las mujeres, como parte de este. Sin embargo, aunque la cultura del piropo sigue haciendo género, su presencia se ve acompañada de una ubicación como práctica anacrónica que induce un cierto extrañamiento:

"Con algunas personas, yo diría, que los roles de interacción están más marcados, en el sentido de que, eh… como que, al menos, a mí se me hace, más explícito, que es el hombre el que intenta iniciar la conversación y mantenerla viva hasta que haya interés por parte de la otra persona (…) Me genera incomodidad cuando no sé cómo cumplir con ese rol" I23, 24.

La obligación de cumplir con esos mandatos que impone la masculinidad hegemónica también puede generar ciertos malestares en algunos hombres que, sin embargo, difícilmente son expresados por la posible exposición a una condena ante una actuación inadecuada de rol. Curiosamente, en algunos casos, aunque son minoritarios, se desafía esta norma de género no escrita, incluso desde posiciones ideológicas más conservadoras, en donde quizás el cumplimiento con los roles o mandatos de género se experimenta con mayor rigidez:

"La mayoría de veces yo no abría conversación porque no me sentía muy cómodo abriendo conversación. (…) O sea, a pesar de como soy en la vida real, que yo soy más extrovertido y siempre inicio yo conversación, en estos momentos, sí que es verdad que me daba un poco de pereza la típica conversación normal, y casi nunca la empezaba y casi siempre venía por el otro lado el inicio de la conversación". I18, 27.

"Si me llamaba mucho la atención, sí mandaba la manita del 'hola'". I27, 33.

Además de afirmarse y amplificarse los roles de género a través de la ritualización del orden de la interacción, que define quién actúa como agente y quién como paciente, otro modo de afirmar dichos roles es a través de los procesos de explicación y racionalización sobre qué se busca en esta aplicación. Aunque en algunos casos, tal y como señalábamos, al declarar los varones su intención de establecer vinculaciones más estables se desafiaba, en parte, los mandatos de masculinidad, lo habitual suele ser que se recurra a una exacerbación de este estereotipo tradicional de género a modo de reforzamiento de la masculinidad:

> *"Razón para instalármelo, eh… aburrimiento, querer conocer… eh… chicas, pero no para una relación seria, ni mucho menos. Simplemente, algo esporádico, eh… algo de entretenimiento y ya está." I14, 26.*

En cambio, en el caso de las mujeres, las expectativas de género se manifiestan y/o exacerban en su declaración de búsqueda de vínculos más estables. Incluso, la búsqueda de este tipo de vínculos a través de la aplicación podría interpretarse como una forma de alejarse o evitar el estigma de "la solterona" y cumplir con las exigencias de género. (Chan, 2021) Aunque, en un primer momento, estos marcos interpretativos podrían vincularse con una tendencia ideológica más conservadora, la realidad es que este discurso está presente también en mujeres que se identifican con posiciones ideológicas más progresistas:

> *"Yo no, para nada, tenía intención de acostarme con nadie, de primeras, y no lo hice." I20, 25.*

> *"Yo siempre he sido una persona, por lo general, de estar en pareja (…) Siempre que he conocido a alguien m… ha sido con finalidad de tener algo serio, entonces, bueno, llegué a Madrid y me hice Tinder y mi finalidad era esa (…) Por lo general, la gente buscaba no tener pareja, entonces, buscaba rollos de una noche o ningún tipo de compromiso con nadie. Y eso no va conmigo" I10, 25*

Otra demostración de feminidad se evidencia en los criterios de selección de las parejas. Tal como Roca-Cuberes, Roig-Mora y Álvarez-Cueva (2023) apuntan, las mujeres suelen ser más exigentes a la hora de elegir qué perfiles van a apoyar. Para nombrar este ritual se ha creado el término "likear", esto es, el proceso de verbalización del sustantivo y anglicismo *like*, que mimetiza el entorno *offline*.

> *"Yo pasaba mucho tiempo, en plan, seleccionando a los chicos y normalmente, eh… nunca estaba conforme del todo. (…) Como te he comentado antes, eh… al final eran muchos filtros, que era como difícil de tener, en plan, de que me*

parezcas atractivo, que seas de mi rollo, en plan, que tengas el nivel educativo, tal…". I12, 27.

Esta mayor exigencia podría vincularse con una visión estereotipada de los procesos de emparejamiento que insta a las mujeres a ser muy cuidadosas en sus elecciones. En primer lugar, apelando al potencial riesgo al que se exponen al vincularse, anticipando posibles situaciones de vulnerabilidad y violencia, y colocando, de nuevo, la responsabilidad sobre su seguridad en sí mismas.

En segundo lugar, los repertorios interpretativos socialmente establecidos para otorgar significado a los vínculos afectivos, fundamentados en el mito del amor romántico, inciden en la importancia de encontrar al hombre adecuado, "un príncipe azul". Este arquetipo de masculinidad evoca al hombre valeroso que acude al rescate de la "bella princesa" desamparada, que espera pasivamente su llegada para vivir plenamente su amor y dotar de sentido su vida, hasta entonces, vacía. Según esta premisa, su más anhelada aspiración es la pareja. Por ello, tras la vinculación siempre debe haber una motivación emocional. Es decir, estas expectativas encaminan la sexualidad de las mujeres, y se impele a vincularla con dimensiones más complejas que la mera apariencia física. A esto se suma que la exclusividad se convierte en un capital erótico, porque refuerza la autoestima del varón. Esto es, las mujeres se exponen así, nuevamente, a un cuestionamiento de su comportamiento, de su criterio, de su deseo y de su sexualidad. Y se moviliza además la emoción de la culpa en la que profundizaremos, más adelante.

Por su parte, los hombres y tal como desvela Cuevas Revilla (2021), como desempeño de su masculinidad, pasarían menos tiempo que las mujeres en valorar los perfiles de otras usuarias. Ellos se muestran menos selectivos a la hora de encontrar una persona en la que depositar su confianza, pues la entienden como un mero instrumento para satisfacer sus deseos, sin mayor carga simbólica y cuestionando su trascendencia. Por ello, suelen usar la aplicación de forma mucho más aleatoria, deslizando a la derecha con el único objetivo de conseguir más *matches* y, así, poder llegar a más potenciales parejas y/o conseguir más encuentros sexuales.

"Yo me metía en Tinder y me ponía un buen rato, me fundía los likes". I23, 24.

"Hay veces que el filtro pues no lo aplicas mucho (se ríe) y sí que te tiras un poco más a dar like, sobre todo, me pasaba cuando tenía épocas de que a lo mejor no recibía muchos likes y decía: 'bueno, pues vamos a masificar… para conseguir likes'". I7, 26.

De hecho, algunas informantes confirman esta visión instrumentalizadora y potencialmente deshumanizante de los procesos selectivos de emparejamiento por parte de los varones, que tiene que ver más con afirmar su capacidad seductora y de conquista que con un deseo de conectar con usuarias afines a sus intereses:

> *"Creo que los chicos, en plan, en Tinder, ¿sabes?, en plan, son mucho menos selectivos. De hecho, yo llegué a quedar con un chico, en plan, que él me decía: 'no, yo hago pesca de arrastre', en plan, él como que utilizaba en un minuto, eh… los 100 likes que tienes". I12, 27.*

> *"Los amigos varones que tengo era como que lo usaban más como desde el lado más masculino de decir: 'bueno, a ver qué… a ver qué engancho hoy en día, a ver qué pillo, qué…',¿entendés?, como más así y… sí, es verdad que, por el lado de las mujeres, como más delicado, como más… no sé, es diferente.". I28, 24.*

Se utilizan marcos metafóricos similares ("pesca de arrastre" y "a ver qué engancho") a los que se emplea cuando se trata de cazar presas, animales, etc. Así, se les impele a interpretar, desde el mandato de la masculinidad, la conexión con otras usuarias como una oportunidad en la que cazar, enganchar, pillar, conquistar a alguien, con la connotación que poseen estos verbos de retener aquello que se caza, se engancha, agencia, etc. Es decir, se afirma una asimetría de poder frente a la presa. Se deshumaniza, así, a las mujeres, despojándolas de agencia, y se las devuelve al rol pasivo de ser conquistadas.

Además de la potencial deshumanización, esa denuncia que algunas mujeres expresan de un uso aparentemente distorsionado de la plataforma por parte de los varones podría interpretarse como una desacreditación de dichas estrategias poco selectivas de los varones, precisamente, porque cuestionan la función reforzadora de la autoestima que, como hemos visto, puede jugar esta plataforma, sobre todo, para las mujeres. Esto es interesante porque se cuestiona la legitimidad de una norma masculina en la selección de la pareja aludiendo a una norma femenina de reconocimiento en tanto que la elegida:

> *"Hablando con otros amigos, que la mayoría de veces era chicos y que, además, eran heterosexuales, eh… pues ellos me contaban como es que: 'mira, eh… tengo 5 likes', y yo decía: 'pero, ¿cómo que 5?, si yo tengo aquí un montón'. Y yo hablo con mis amigas y era igual (…) O sea, era una locura que al segundo de hacerte la cuenta ya tenías 80.000 likes ahí arriba". I11, 25.*

Otra de las tecnologías en manos de la aplicación que induce rituales que reproducen asimetrías de género está vinculada al funcionamiento mismo del algoritmo de *Tinder*,

el cual, según la investigación de Duportail (2019), reproduce dinámicas patriarcales y mercantiles, de modo que promueve que hombres de más edad contacten con mujeres jóvenes que poseen menor poder adquisitivo y nivel cultural. Aunque esta asimetría se ha tratado de justificar desde el equipo de gestión del propio *Tinder* como una simple reproducción de la realidad social *offline* (Duportail, 2019), no se refleja de forma tan clara esa tendencia o predilección de las mujeres por hombres de mayor edad:

> *"Yo no buscaba gente que fuera mucho más mayor, o sea, eh… yo leo a alguien de 30 y no le doy match." I2, 24.*

> *"No suelo dar like a la gente que me saca seis o más años. O sea, realmente suelo tener esa barrera bien delimitada." I31, 24.*

En el caso de aquellas mujeres que sí buscan usuarios de mayor edad, justifican dicha preferencia por atribuirse a los hombres de mayor edad rasgos como la madurez. En el caso de los varones, la madurez actúa como capital sexual mientras que en las mujeres lo hace la inmadurez e infantilización. Se asume así una división de género que orienta el deseo de las mujeres hacia espacios de afirmación de la masculinidad:

> *"Yo el filtro lo puse en los 26, claro, tenía 27, pues en los 25 o a lo mejor los 26, o algo así, porque ya me parece que eh… por debajo de los 25, mentalmente, son muy infantiles los hombres. Eso que dicen que nosotras crecemos más." I4, 28.*

> *"Los chicos más mayores, no hay que generalizar, pero tienen las cosas más claras y a mí por eso me gustan más, y me atraen más. Me gusta alguien que haya vivido más la vida y que tenga más claro lo que quiere," I20, 25.*

Se reafirma el estereotipo de género mediante el que los hombres deben ser individuos experimentados, racionales, que no muestren duda y posean una visión clara de lo que desean. Es decir, deben desarrollar un rol de guía en la vida, de maestro, que enseñe lo aprendido y experimentado.

La otra cara de la moneda es la sanción que se activa cuando los hombres no responden al arquetipo de masculinidad hegemónica. Así el hecho de quedar con hombres de menor edad y que posean rasgos infantiles o dulcificados, alejados del imaginario social normativo de hombre masculino, puede ser objeto de burla entre mujeres:

> *"Uno del 99, por el que mis compañeras de piso se han estado riendo de mí muchísimo, porque encima era imberbe. Tenía…, o sea, medio británico, tenía*

cara… tenía cara de niño. Claro, que lo vieron salir de mi cuarto y se asustaron." I2, 24.

Esto permite analizar cómo se reproducen estereotipos de género, así como se constata como el deseo se desarrolla y/o construye intermediado por dichos estereotipos/mandatos de género. Se ponen en escena rituales de humillación y ridiculización de aquello que se distancia de las normas de género. Esa ridiculización a la que se exponen aquellas malas actuaciones de género no solo supone el sometimiento a juicio, denuncia y/o cuestionamiento, sino también implica reconducir dicho deseo, es decir, domesticar esa desviación.

A pesar de las preferencias de algunas mujeres por vincularse con hombres más mayores, estas suelen establecer un rango de edad que consideran como umbral en su toma de decisiones, pues consideran que una gran diferencia etaria puede implicar una vinculación en condiciones de desigualdad o desventaja:

"Puse el límite de siete años porque me parece que más de siete años eh… pasa a ser una relación en la que una persona está en ventaja y otra en desventaja, por la clara diferencia de edad que hay eh… tanto…, sobre todo, monetaria, de sabiduría y de todo" I20, 25.

En tal apreciación se ponen en juego dos normas sociales. Por un lado, aquellas vinculadas a las dinámicas de género. Y, por otro, aquellas relacionadas con los ajustes de pareja. Se espera que las parejas tengan aproximadamente la misma edad, aunque la violación de esta norma en el caso de los varones les otorga reconocimiento, mientras que en el caso de las mujeres sucede el efecto contrario.

También, en la aplicación, los perfiles de hombres con un alto nivel de estudios y de ingresos obtienen una mayor visibilidad, es decir, consiguen un mayor reconocimiento. En cambio, las mujeres que poseen esos mismos atributos, a menudo, resultan penalizadas en la aplicación, perdiendo visibilidad y alcance. Cuevas Revilla (2021) sostiene en su estudio que las mujeres suelen buscar en *Tinder* hombres con niveles elevados de capital cultural mientras que los hombres prefieren encontrar compañeras que destaquen en capital erótico y que no los superen en capital cultural y económico.

Sin embargo, en el análisis empírico realizado, en cuanto a este ritual, se observa que, para ellas, es importante que posean un cierto nivel de estudios y formación por interpretarse que permite mayor afinidad y/o cercanía social (entendimiento entre iguales), pero no buscan necesariamente que los otros usuarios posean un nivel superior al suyo. En relación al nivel adquisitivo, se incide en el rechazo a ciertos perfiles

que expresan una posición de clase heredada, que al ser calificada con calificativos como 'cayetanos', etc., denota ilegitimidad (posición económica no merecida). Así, se expresa una cierta resistencia a orientar su deseo hacia individuos que ocupan posiciones económicas altas, activando otro relato que contrarresta su valor, según el cual estos varones podrían ser portadores de un déficit moral (egocéntricos, aparentosos, etc.):

> *"En cuanto al nivel sociocultural, (…) a ver, no buscaba un Einstein, pero sí alguien eh… con el que poder entablar una conversación, porque es que, también, había algunos, rollo: 'estoy en el gym, los rayos...' y no les da pa' más, ¿sabes? Entonces ese tipo de perfiles…, pf… es que fuera los cayetanos…, de estos, tampoco, me gustaban. Y, entonces, eh… gente pues, así, como que yo veía pues más humilde…, más normal. Y sí que pues cuando íbamos hablando, pues, a lo mejor, me decían: 'pues, nada, tengo un grado o tengo un FP, o tengo un máster', pues… no era, a lo mejor, prejuicio pero sí que me gustaba, a lo mejor, que tuvieran estudios, ya sea del tipo que sea, pero como que se hubiesen currado… la vida, ¿sabes? que no ahí vivir de papá. Y económico, sinceramente, me daba igual. Es más, prefería que no fuesen de uno muy alto, rollo, estos cayetanos que van ahí, que si…, o alguno que subía unas fotos en cochazos y tal, porque esos los veía unos…eh… egocéntricos y unos aparentosos" I8, 26.*

Esto revela también, tal como antes se mencionaba, cómo las mujeres, en ese intento por encaminar su sexualidad y vincularla a dimensiones más complejas que la mera apariencia física, buscan, en general, más información en la orientación del deseo que la exclusiva apariencia física, incluso, en aquellos casos en los que el vínculo se reduce a un mero intercambio instrumental. De este modo, el atractivo de los hombres se ve permeado también por otros símbolos que anticipan posibles intercambios emocionales.

En el caso de los varones, dichas categorías sociales no solo no son decisivas en sus rituales de selección, sino que incluso les podría generar incomodidad:

> *"No, en eso no me fijaba, o no me… no me importaba el tema económico, ni el tema cultural, ni el tema social. Yo, para mí, no… era un factor diferencial, ni mucho menos" I14, 26.*

> *"También, te digo si…, no se ha dado el caso, pero creo que, si hay una persona que tiene un nivel adquisitivo mucho más alto que yo, yo como no trabajo, ni tengo… ni tengo una fuente de ingresos eh… mensual, ni nada, pues creo que incluso estaríamos un poco incómodos. Porque, a lo mejor, haríamos otro tipo*

de planes, a los que yo no estaría acostumbrado o a los que ella no… puede valorar tanto, como lo valoraría yo u otra persona" I9,23.

En este caso, la anticipación de una situación deshonrosa actúa como mecanismo disuasorio. Resulta llamativo el empleo de la 1ª persona del plural, planteando que sería una cuestión incómoda que interpela a ambas personas. Esto muestra la necesidad de protección frente a la vulnerabilidad o inferioridad que anticipa al identificarse como una persona sin ingresos, sin trabajo… y, por tanto, no cumplir con el mandato de género del hombre como proveedor de recursos.

En otros casos, algunos varones establecen una distinción en función de la naturaleza y trascendencia de la relación (lo que califican como "más o menos seria"), para otorgar importancia a esas categorías sociales a la hora de conectar con otras usuarias:

"Que sea similar, con inquietudes similares, si es para quedar más seriamente" I16, 27.

"(Se le pregunta por si considera tan importante estas categorías sociales como el hecho de que la usuaria le resultara deseable). Yo diría que menor, porque si me resultaba atractiva la persona, al menos, para cierto tipo de relación, sí que me valía, para otras ya no" I3, 24.

Es decir, esta distinción activa la tradicional clasificación de las mujeres en dos categorías (la "buena" y la "mala" mujer digna de su afecto). Por un lado, las mujeres dignas con las que desarrollar relaciones proyectadas en el tiempo y, por otro, mujeres con las que solo se vincularían de forma instrumental. Es decir, establecen una distinción que se convierte en una clasificación jerarquizada entre mujeres de primera y de segunda, lo que muestra que aquellas mujeres que adoptan los repertorios masculinos con los que regular y dar sentido a la relación son consideradas como deficitarias. En el caso de buscar usuarias con las que establecer relaciones serias, estos prefieren que dichas mujeres posean un nivel similar al suyo, pero que no sea superior.

Aun así, tal como se aprecia en el segundo testimonio, consideran más importante la deseabilidad social (atractivo sexual) que les suscita la usuaria a que posea un determinado nivel sociocultural y económico. Es decir, las mujeres deben puntuar en capital erótico, por encima del resto de capitales. Es así como se afirma su papel pasivo de objeto deseado o que debe suscitar deseo.

En cuanto al origen étnico-racial de los/as usuarios/as con los/as que se busca conectar, la literatura existente sobre esta cuestión incide en cómo los/as usuarios/as tienden a

preferir, tal como sucede en la realidad *offline*, conectar con personas que son similares a sí mismos/as, indicando así un cierto grado de homofilia. (Tanner, 2022) Una tendencia que podría verse incluso intensificada en el entorno virtual, especialmente, en relación al origen étnico-racial similar. Además, se apunta que las mujeres racializadas suelen obtener un menor reconocimiento y/o aprobación social en este tipo de aplicaciones: "We find that profiles featuring White women received more matches and slightly more messages, suggesting that behavior on Tinder replicates traditional beauty standards and racial hierarchies of desirability."[53] (Chwe, Williams y Robertson, 2023, pág. 1)

Estas mujeres podrían verse aún más discriminadas en estos entornos pues en ellas, tal como se planteaba con anterioridad en relación a la interseccionalidad, confluyen varias opresiones, no solo la del género sino también la estigmatización por su origen étnico-racial. De hecho y debido a que se las sitúa en una posición "inferior" en la jerarquía y escala de prestigio social, la cosificación de sus corporalidades y/o incluso su instrumentalización como meros objetos sexuales (dada la tendencia a buscar, sobre todo, relaciones instrumentales a través de *Tinder*) podría ser más acusada. Sin embargo, esta doble discriminación no se refleja de forma tan clara en los testimonios recogidos para esta investigación, tal vez por las propias limitaciones de este trabajo. Aunque son varios los testimonios en donde se refiere que la cuestión racial no es importante a la hora de conectar con otras personas, tal vez por una cuestión de deseabilidad social y ajuste a lo políticamente correcto, se incide en que no se ha conseguido hacer *match* con personas de diferente origen étnico-racial, lo cual tiene mucho que ver con la ubicación geográfica del/de la usuario/a y con la visibilidad que poseen estos perfiles en la aplicación, que, por otra parte, depende, en cierta medida, del reconocimiento que les otorgan el resto de usuarios/as que interactúan en la aplicación:

> *"Para mí, no es importante. Sí que es cierto que creo que tampoco he tenido… muchos matches con personas que no sean de mi etnia, pero tampoco… O sea, porque es lo que te digo, o sea, de dos personas de cien, pues a lo mejor sí que había uno que era match pero no, no hago mucha distinción en ese sentido." I31, 24.*

[53] Descubrimos que los perfiles que presentan mujeres blancas recibieron más coincidencias y un poco más de mensajes, lo que sugiere que el comportamiento en Tinder replica los estándares de belleza tradicionales y las jerarquías raciales de deseabilidad.

"No, no me importaba. De hecho, me gusta la variedad que hay, eh… bueno, hay gente de todos lados, bueno, depende de dónde estés, obviamente, eh… pero acá, yo veo que hay gente, personas, de todos lados." I28, 24.

2.3. La encarnación de los mandatos de género a través de las normas del sentir.

Otra de las formas a través de las que la aplicación performa y amplifica dinámicas de género tiene que ver con las normas del sentir (Hochschild 1983, 2008). Este concepto permite analizar la activación de ciertas emociones a lo largo del uso de la aplicación como un modo de disciplinamiento de las identidades y subjetividades de género. Estas normas del sentir reflejan patrones de integración en la sociedad. Incluso la expresión y/o ventilación emocional con los/as otros/as podría entenderse, en sí misma, como una norma del sentir, mediante la que las mujeres comparten entre ellas (y se las insta a ello) sus experiencias, se expresan sobre lo que les ocurre, sus sensaciones, etc.:

"*Yo esto lo he comentado, también, con amigas, en su momento" I12, 27.*

"Yo hablo con mis amigas y era igual" I11, 25.

Los varones, en cambio, evitan expresarse sobre sus estados subjetivos, a fin de prevenir ser acusados de debilidad o vulnerabilidad y así poner en cuestionamiento su masculinidad por parte de sus iguales, de la fratría. La seguridad en uno mismo, y relativizar cualquier impacto emocional constituyen rasgos centrales en los repertorios emocionales de los varones.

Por ello, el estudio de las emociones y los afectos que se ponen en juego en la interacción virtual resulta interesante a la hora de explorar la in-corporación y en-carnación de las normas y mandatos de género. La activación de ciertos repertorios emocionales como el miedo, el pudor, el orgullo, la vergüenza, la culpa o, incluso, el asco, conforman una expresión de un *habitus* emocional por el cual la persona responde a expectativas y normas sociales acerca de qué significa la feminidad y la masculinidad. Producen normas morales que conforman y definen a la buena mujer/buen hombre, esto es, regulan los arquetipos de género. Es decir, las normas del sentir hacen y/o deshacen el género. Así, tal como Ahmed (2019) plantea, las emociones y sensaciones no son neutras, sino que están intermediadas por una narrativa hegemónica.

Una de las emociones más omnipresentes en el contexto de estas redes sociales es la (amenaza de) vergüenza y su emoción hermana, el pudor. Los individuos se exponen en *Tinder*, tal como antes se detallaba, a la opinión y validación pública. Esta exposición se vuelve continua por la propia idiosincrasia de la virtualidad ya que se invita a compartir aspectos de la vida íntima con menor pudor, especialmente, por no haber una

exposición directa y física a los interlocutores hacia quienes se dirige toda esa información. Es decir, esta eufemización de la mirada podría mitigar la activación del pudor. Además, la exposición de aspectos de la vida íntima otorga un gran potencial en el mercado de las miradas.

La desaparición de la presencia visible de la mirada del otro otorga una pretendida e imaginada protección que induce una sobreexposición de sentimientos, opiniones personales o incluso aspectos de la propia sexualidad, en comparación con lo que se compartiría en la presencialidad de la realidad *offline*. Esto es lo que se ha denominado, según autores como Agger (2010), como "over-sharing"[54] (Tellechea, 2020). La especificidad que supone la virtualidad es que en ella se inscriben las intimidades e incluso se materializan los afectos que se producen o tienen lugar en la realidad *offline*. Además de esta eufemización de la mirada, la sobreexposición es criterio de éxito social. Cuanto más se expone uno/a mismo/a, mayor reconocimiento se obtiene. Así, cuantas más fotos se publican en el perfil virtual de la aplicación, mayor es el número de *matches* que se consiguen, pudiendo entrar en conflicto varios afectos: el orgullo y la vanidad frente al pudor.

> *"Cuando lo creé puse tres fotos, ahora mismo tengo 5, creo.*
>
> *(¿Por qué cambiaste el nº de fotos?)*
>
> *Porque tenía al inicio pocos match y cuando puse más… tuve vamos… (Se ríe)". I27, 33.*

Tal sobreexposición de aspectos íntimos de la vida del individuo se vincula a una ilusión de libertad que se manifiesta en el mandato de compartir toda clase de datos personales en el entorno virtual, sin ningún tipo de límite (Se es libre en tanto que se puede compartir "supuestamente" todo aquello que se desee). En cambio, el individuo queda así, también, totalmente expuesto a la mirada anónima y al potencial juicio (control) de los/as otros/as. Simultáneamente, el/la usuario/a se convierte en prosumidor, demandando también una exposición total por parte de los otros individuos y que estos compartan su intimidad. A través de su participación en esta demanda de comunicación y consumo exacerbado, el sujeto se somete voluntariamente a esta nueva forma de poder más sutil, que promueve su dependencia hacia el *like*.

La última forma de *over-sharing* más extendida ha sido el aumento de imágenes que se comparten en la contemporaneidad en donde los individuos (re)presentan sus cuerpos sin ropa. (Tellechea, 2020) Si el cuerpo se entiende como la cobertura del yo, la

[54] Compartir demasiado/ en exceso.

vestimenta se interpreta como la cobertura del cuerpo. Este último tipo de situaciones reclama la gestión de emociones como el pudor (vinculado estrechamente con la exposición del cuerpo), precisamente porque este tipo de exposiciones violan las normas de la intimidad y de la regulación de los espacios que supuestamente son ajenos a la mirada del/ de la otro/a. Esta emoción puede verse intensificada y/o vivenciada como vergüenza si se trata de corporalidades alejadas de la normatividad, ya que se muestra algo construido y considerado como no digno, no valioso, ni respetado. Así, estas corporalidades se exponen a la condena social. Ese pudor y/o vergüenza se vivencia más intensamente en el caso de las mujeres precisamente por el constante juicio y presión estética, antes mencionados, a los que estas y sus cuerpos se enfrentan. Como resultado, ellas suelen sentirse, en su mayoría, más vulnerables al exponer sus cuerpos a la mirada del otro/a:

> *"O sea, el estar expuesta al final, eh… a mí me generaba mucha más inseguridad porque sentía que constantemente eh…se me estaba valorando, ¿sabes? O sea, al final, eh… tú eres un producto ahí, en el mercado. Entonces, eh… constantemente te están poniendo precio, ¿no? Entonces… yo creo que, personalmente, en mi caso, eh… muchas veces hacía como que se me incentivasen como mis inseguridades o que estuviese más vigilante, ¿sabes? En plan, con lo que era mi aspecto físico o lo que sea, lo que ligaba o lo que no, en plan, como más obsesiva, ¿sabes?, que lo que es en la vida real". I12, 27.*

No solo hay una exposición pública al escrutinio y validación del otro generalizado, sino que hay plena conciencia de sus implicaciones, lo que incrementa la carga emocional e intensifica el compromiso con el proceso, lo que induce disposiciones a someter al cuerpo a una validación y perfeccionamiento permanente:

> *"Me creó una inseguridad de… tengo que estar perfecta, de: 'ay, en esta foto, quizás, no me veo suficientemente guapa. No me veo suficientemente bien peinada o suficientemente flaca' o 'me gusta esta foto, pero no muestra mi estilo, m… al cien por cien. No vaya a ser que la gente se tome otra opinión, pues voy a poner otra.'" I3, 25.*

Es decir, estos procesos de (sobre)exposición del cuerpo promueven en las usuarias una hipervigilancia cruel hacia sus propios cuerpos, buscando una perfección inalcanzable que los asemeje a los estándares estéticos normativos impuestos. Esta hipervigilancia que activa las tecnologías del yo, como planteaba Foucault (1982), para cumplir con dichos estándares, produce una disposición permanente a estarse validando en la mirada del otro, a un autoescrutinio obsesivo, a una hiper-conciencia de

la propia valía, etc. Esto puede llevar a un sentimiento de insuficiencia ya que ese criterio ajeno (que es la fuente de valor) es caprichoso y cambiante, pues depende de los intereses del mercado, modulándose así en función del contexto e intermediado por la estructura social androcéntrica y patriarcal.

De ese sentimiento de insuficiencia brotan todas las inseguridades posibles que inducen inseguridad y ultradependencia del juicio de los demás. Se reproduce así la cosificación de las mujeres, pues ocupan la posición de productos en un mercado, en este caso, el sexo-afectivo, en donde constantemente se las cataloga, asignándolas un determinado valor (precio), el cual se visibiliza y retroalimenta de forma permanente pues se cuenta con herramientas para ello, lo que incrementa su poder de subjetivación.

Además, la vergüenza carece de límites temporales, de modo que puede evocarse esta emoción por cuestiones, situaciones o incluso corporalidades que se habitaban en el pasado y cuyas huellas han quedado inscritas en la realidad virtual.

Otra de las situaciones en las que la emoción de la vergüenza se activa, más intensamente en el caso de las mujeres, tiene que ver con la estigmatización que sufren por la descarga de la aplicación. Se interpreta esta acción de descarga de la aplicación, tal como antes se mencionaba, como una violación de los estereotipos de género sobre lo que es adecuado o no para las mujeres. Esa estigmatización induce vergüenza por violar las expectativas del arquetipo de la "buena mujer", a través de la cual se busca reinstaurar el orden de género:

> *"Como que es vergonzoso ser curiosa". I20, 25.*

A esto se suma una representación social generalizada del tipo de vínculos sexoafectivos esperables, caracterizada por su carácter esporádico, lo que inhibe y deslegitima relaciones estables. Es decir, se trata de profecías autocumplidas: las expectativas actúan como mecanismos disuasorios de relaciones afectivas comprometidas. Se reproduce una concepción (y la situación) según la cual una relación afectiva que se precie como tal solo es posible en el entorno *offline*:

> *"Me da la sensación de que hay como mucho prejuicio de poder tener una relación seria con alguien que conozcas ahí". I29, 34.*

> "*Que todo el amor tiene que surgir eh… de manera como a la antigua. Y si tienes conversaciones o conoces a gente nueva tiene que ser porque las conoces físicamente, ¿no? No puede ser virtual porque es como que quedas mal". I20, 25.*

"Dentro de nuestra generación, también, está un poco estigmatizada o hay ciertas nociones como de que es una manera superficial o fácil de conocer gente, y que los verdaderos vínculos como de calidad se dan en la realidad, ¿no? Como de que los vínculos que se establecen virtualmente tienen menor calidad que los que se establecen de manera no virtual". I29, 34.

Así, el entorno *offline* de relaciones sexo-afectivas se representa como obsoleto ('a la antigua') y deseable a un mismo tiempo. Desde esta visión deslegitimadora de los vínculos con apego que se establecen o surgen mediante esta aplicación y/o en el entorno virtual se problematizan también las motivaciones de las mujeres que se descargan la aplicación (vincularse de forma esporádica con otros usuarios) y su señalamiento puede ser fuente de humillación.

En este contexto, algunas mujeres experimentan inseguridad y miedo ante la anticipación de un posible reconocimiento de su entorno inmediato en la aplicación, lo que muestra cómo el trabajo afectivo de neutralización del pudor está vinculado a la expectativa de anonimato (no reconocer de dónde procede la mirada inquisitiva):

"Sobre todo, me da la vergüenza, por ejemplo, la típica situación en la que te encuentras a alguien conocido en Tinder y era horrible, en plan de, no quiero verte" I12, 27.

Como consecuencia, en muchas ocasiones, se recurre a desinstalarse la aplicación cuando se vuelve a la ciudad de origen, precisamente, para evitar exponerse a esta situación:

"Cuando yo volvía, aquí, a mi casa, quitaba la ubicación. Recuerdo que una vez se me olvidó y había chicos de mi pueblo, de mi zona, que me dijeron: '¡ah!, te he visto en Tinder, tal…'.

(…)

Más que nada quitaba la ubicación no porque no quisiera que me vieran, sino (…) porque yo soy de un pueblo muy pequeñito y no… no quería, m… no quería como (…) que ellos igual se pensaban que pudieran tener alguna oportunidad conmigo, en caso de gustarles. No sé si me explico. También, el contexto, pues eso, salía yo de una relación y no me gusta que hablen de mí. Y siento que si yo tenía Tinder activado era como que podía dar, eh… pie a: 'ay, pues la vi el otro día en Tinder, no sé qué, así que preferí no tenerlo'" I5, 23.

Se señala y denuncia ese comportamiento (*'¡ah!, te he visto en Tinder, tal…')* que no corresponde con el mandato de feminidad basado en la pasividad y en el esperar a ser conquistada. A través de esa llamada de atención, se ridiculiza y humilla a esa mujer que se atreve a salirse del rol femenino y es sometida al escarnio y denuncia pública. La desviación del rol impuesto otorga licencia y legitimidad para someter a las mujeres a ese juicio público ('no *me gusta que hablen de mi'*). Es decir, la responsabilidad de que, en última instancia, se la someta a crítica, es de ella, por desafiar ese rol tradicional. A esto se une la violación de las normas del sentir generizadas (qué corresponde sentir a un hombre y a una mujer ante determinadas situaciones) pues el contexto en el que se encuentra (acababa de salir de una relación) reclama exhibir vulnerabilidad, debilidad y tristeza tras la ruptura. Desafía, mediante la descarga de la aplicación, ese arquetipo de mujer doliente que sufre por amor. Así, se justifica la llamada al orden a la que las mujeres son sometidas, a través de la asunción de su responsabilidad en el sufrimiento de cualquier cuestionamiento, etc. ('*podía dar, eh… pie a…*').

Por otro lado, la expresión: '*no quería como (…) que ellos igual se pensaban que pudieran tener alguna oportunidad conmigo, en caso de gustarles'*, muestra las dimensiones expresivas y reflexivas que se ponen en juego en el consentimiento y el deseo en los vínculos heterosexuales Así, anticipa el significado potencial que podría suscitar su participación en una aplicación de citas y la falta de control de dicha significación induce vergüenza. La informante se ve impelida a anonimizarse (quitar su ubicación) para neutralizar la activación de la vergüenza.

La intervención a nivel simbólico (evitar posibles interpretaciones deslegitimadoras) es una de las estrategias que ellas emplean en la realidad *online* y *offline* dirigida a prevenir una errónea interpretación de sus intenciones por parte de los varones. Esta estrategia de autoprotección las lleva a hipervigilar, revisar y cuestionar (el significado de) sus comportamientos y actitudes para evitar verse sometidas a situaciones de violencia sexual y a revisar de forma reflexiva sus performances (no aparecer como demasiado simpáticas o agradables con algunos varones en ciertos entornos de ocio). Este planteamiento proviene de esa interiorización de la culpa ante posibles situaciones de violencia.

Sin embargo, a pesar de que despliegan este tipo de estrategias que coaccionan su propia libertad, en tanto que interiorizan que deben esconderse u ocultar ciertos comportamientos o actitudes para no ser señaladas o estigmatizadas, es interesante destacar como otra de las estrategias puestas en marcha para neutralizar esta activación emocional de la vergüenza es relativizar estos procesos:

"Lo que me daba un poco de… a la hora de hacerme el perfil, eh… aquí en Madrid, era porque me iba a encontrar a medio barrio y me daba un poco de pereza pero, bueno, al final, dije: 'mira, me da igual', y entonces, por ejemplo, en el barrio, a lo mejor si me movía o tal pues sí que quitaba la ubicación y ya está, pero, vamos, sin más". I8, 26.

Esto muestra la normalización de la represión a la que se ven sometidas ('pero, vamos, sin más'). También podría interpretarse como una forma de no autorizar que dichos comportamientos tengan capacidad de activar sus emociones. Es decir, de no otorgar capacidad de agencia, negando o cuestionando su impacto emocional.

En el caso de los varones, la estigmatización sobre la descarga de la aplicación puede también inducir una cierta vergüenza, pero esta se vincula más a su incompetencia en la conquista, cuestionando o sometiendo a juicio su virilidad o masculinidad:

"O sea, cuando ha salido el tema de Tinder, yo lo he dicho. Entiendo que, desde fuera, algunos puedan percibir que la gente pensara de ellos que no pueden conocer a gente simplemente en la calle o algo más personal". I15, 25.

"Piensan que pues que son desesperados o que solo busca follar, sin nada más". I9, 23.

"Yo creo que hay un…, bueno…, como un poco esta cosa de…, bueno, si estás ahí es porque estás desesperado, ¿no? (…) Y también, si estás ahí es porque no te va bien en el término, en el área de ligar o de tener pareja" I30, 33.

A la hora de analizar qué situaciones son susceptibles de activar la emoción de la vergüenza también es relevante atender a la cercanía social de quién realiza dicho juicio. Así, en entornos familiares y profesionales, especialmente con tendencias ideológicas más conservadoras y religiosas, suele ser más habitual ocultar que se está haciendo uso de la aplicación por miedo a sentirse juzgados/as o incomprendidos/as:

"Sí lo he ocultado, en alguna ocasión, a mis jefes. (…) A una generación o un par de generaciones mayores que las nuestras pues les parece bastante más raro y les parece que estamos de alguna manera… ¿cómo se dice?, vendiendo nuestro cuerpo por sexo". I14, 26.

"Donde sí que he notado el… digamos la barrera es, eh… con mis padres (…) Como que ahí, sí que notaba yo cierta… como cierto tabú, ¿sabes?, cierta tensión de: 'uy, esto a lo mejor no lo debería contar'". I7, 26.

> *"He de decir que a las únicas personas a las que se lo he ocultado ha sido a mis padres (…) Son gente que tiene 70 años y creo que realmente no lo entenderían, y a mi madre le causaría sufrimiento. (…) Soy una persona humana con la misma curiosidad que todos y no hay más, o sea, no es algo que a mí me caracterice por algo estar en Tinder". I20, 25.*

Es decir, se muestra que la activación de la vergüenza está cartografiada, esto es, no depende de la conducta en sí misma sino de quién procede (y qué lugar ocupa) la mirada enjuiciadora y el género/sexo de la persona objeto de juicio. Así, en algunos contextos se juzga (declarar poseer un perfil en la aplicación) como una amenaza frente a un juicio social invalidante.

Además, se constata la presión emocional que se despliega en estos entornos ante una posible violación de los roles de género establecidos (*'a mi madre le causaría sufrimiento')*. Esta declaración incide en la responsabilización de la hija ante el posible sufrimiento que podría padecer su madre, a causa de su acto, en donde se activa la culpa y en donde se reproduce claramente el mandato de género femenino de estar y hacerse responsable del cuidado de todos/as, de ser y estar para los demás.

Esta posible activación de la culpa o la vergüenza desencadena un ejercicio de defensa y/o protección que trata de resignificar su participación en la aplicación, deslegitimando una infracción moral ("no es algo malo"), y ubicándolo en el territorio de la normalidad ("humana y tiene curiosidad"). En este caso, los criterios de justificación encajan en el marco interpretativo religioso de su familia ("soy humana, ergo, también, puedo equivocarme o puedo dejarme llevar por la tentación de la curiosidad"), lo que permite sortear la evocación de la vergüenza. Al mismo tiempo, trata de diferenciarse del estereotipo social de las usuarias de esta aplicación ('*no es algo que a mí me caracterice por algo estar en Tinder*'), deslegitimando su capacidad de actuar como criterio de clasificación social significativo. Este distanciamiento identitario permite evitar la estigmatización.

Otra de las situaciones que activan las normas del sentir y reavivan determinados mandatos de género está relacionada con las interacciones virtuales a través del chat de *Tinder.* Las mujeres suelen reportar más sensación de inseguridad y/o miedo ante la recepción de mensajes por parte de usuarios con los que no se quiere conectar o cuyo contenido puede resultar incómodo o violento a las usuarias. Por ello, la aplicación pone a su disposición una serie de estrategias para gestionar el consentimiento. Por ejemplo, hasta que las dos personas no se han dado un *like* mutuamente, no tienen la opción de iniciar una conversación. Además, romper el contacto establecido con un usuario/a

resulta muy fácil, pues existe la posibilidad de deshacer los *matches*, de modo que la otra persona no puede volver a intentar interactuar. Actualmente, no se pueden enviar fotos ni contenido multimedia por el chat de la aplicación. Así, se evita que se puedan enviar imágenes que puedan incomodar o violentar, especialmente, a las mujeres, que son las que suelen verse expuestas habitualmente a estas situaciones:

> *"Cuando empezaban conversaciones como… es que recuerdo una muy fuerte de: 'eres la mujer más guapa que he visto nunca, eh… no puedo esperar a hacerte tres hijos y… qué bien se vería una familia contigo'. Y, directamente, deshice el match y eliminé la conversación. O sea, no perdía ni mi tiempo con ellos, porque siempre me ha dicho mi madre que lo mejor, eh… en esos casos, es la ignorancia porque creo que si les contestaba, o sea, que iba como a pelear por chat con una persona que no conozco y tratar de concienciar a alguien. Creo que ellos se sienten como aún más poderosos y como más heterosexuales, machitos, tal, de: 'ay, pobrecita, se sintió humillada, se sintió, no sé qué'.". I5, 23*
>
> *"A veces sentía miedo pues, porque hacía match con un chico y, luego, me escribía cosas pues que me daba miedo, de: '¿dónde vives?, vamos a quedar'. Y me asustaba. Entonces, dejaba el móvil apartado". I20, 25.*
>
> *"Algún chico me habló de alguna manera bastante mala. Y eso, es que ni los respondía. (…) Alguna vez me pasó que me habló uno diciéndome: 'estás buenísima, qué ganas tengo de acostarme contigo', pues por no decirlo de manera vulgar, porque esto es una entrevista, pero sí que tuve algún match así.". I20, 25.*

Ante este tipo de interacciones incómodas o violentas que generaban cierto rechazo, asco y/o miedo en las usuarias, estas pueden responder o actuar ante ellas de forma pasiva ('ni los respondía', 'dejaba el móvil apartado'). No muestran un posible enfado o rabia, quizás, por miedo a las posibles consecuencias, o incluso porque, tal como sostiene Requena (2023), 'el proceso del enfado es lo opuesto a lo que se nos pide a las mujeres: generar espacios de confort para todo el mundo…, salvo para nosotras mismas' (pág. 63). Es decir, a las mujeres se las disuade de identificar, reconocer y expresar su propia ira, pues supone ir en contra del mandato de la feminidad, basado en agradar constantemente a los demás y apaciguar.

Además, tal como afirmaba Lerner (1985), 'las mujeres que manifiestan su enojo frente a los hombres son especialmente sospechosas. Aunque la sociedad se muestra solidaria con nuestros objetivos de igualdad, todos sabemos que <esas mujeres amargadas> no gustan a nadie.' (pág. 11). Esto es, esta expresión de la ira, también,

las colocaría en mala posición en el mercado del deseo (masculino), por lo que supondría exponerse a un cuestionamiento de su feminidad y, por tanto, de su identidad como mujeres.

Así, esta estrategia de movilizar indiferencia frente a un posible ataque forma parte de la socialización primaria ('siempre me ha dicho mi madre'), a modo de perforrmance de feminidad. Esto es, las mujeres han aprendido e interiorizado, por un lado, la neutralización de la ira o rabia como estrategia de afrontamiento de la violencia, o quizás, más bien como un modo de supervivencia y de contención o evitación de más violencia. Y, por otro, que el imperativo de agradar y apaciguar conforma un modo de hacer género, de demostración de feminidad.

No obstante, mostrar indignación ante tales ataques podría interpretarse como una afirmación del poder masculino ('*ellos se sienten como aún más poderosos y como más heterosexuales, machitos')*, de modo que mediante estos los usuarios performan la propia masculinidad y adquieren el poder de intimidar a las mujeres, dentro del marco metafórico del cazador y la presa. De esta forma, ignorar esos ataques podría entenderse también como una estrategia de resistencia pues les desautoriza como interlocutores válidos.

Resulta habitual trasladar, después, las interacciones virtuales a otras redes sociales como *WhatsApp* o *Instagram*, en donde los/as usuarios/as sí pueden intercambiar mensajes multimedia, provocando situaciones aún más violentas, en su mayoría, para las usuarias:

> *"Es cierto que recuerdo que, al principio de tener Tinder, tenía mi Instagram puesto en la descripción. Entonces, al tener ahí mi Instagram (…) aunque yo no diera like a las personas (…) sí que te habla gente muy rara y pues con mensajes muy extraños o muy tal…". I31, 24.*

> *"No sé si decirte que seguramente, ahora no me acuerdo exactamente, pero, bueno, eh… alguna fotopolla, o algo así, habré recibido luego por WhatsApp, ¿sabes?". I12, 27.*

Estos actos de reafirmación de la masculinidad podrían ser desarrollados al dar ellos por descontado que hay un consentimiento de dichas mujeres ante este tipo de interacciones o incluso, como una búsqueda de las propias mujeres de este tipo de interacciones, ya que son ellas las que han consentido participar en este espacio, patriarcal y androcéntrico, desafiando el mandato de género de la pasividad. Es decir,

podrían asumir que, en tanto que 'malas mujeres', son merecedoras de dicha violencia y miedo infundidos como llamada al orden de género.

En cambio, los varones no suelen sentirse incómodos durante las interacciones virtuales. Solo refieren una cierta incomodidad ante interacciones catalogadas como demasiado "intensas", donde pueden verse inmersos en dinámicas comprometedoras demasiado intrusivas a nivel emocional. En estos casos, los usuarios marcan el sentido de esta interacción mostrando distanciamiento en la conversación del chat, expresando el autocontrol que ejercen sobre la situación:

> *"En cuanto a sentirme incómodo, fue solo una vez. Una chica como muy eufórica, como que me contaba demasiadas cosas, eh… de su vida, detalles como demasiado personales y… al final, o sea, llevábamos hablando tres horas, tampoco más, eh… al final, decidí cortar un poco (…) y obviamente no quedé con ella.". I17, 26.*

Así, ellos no muestran sentirse expuestos ante algún tipo de riesgo y/o peligro. De hecho, expresan perplejidad ante la pregunta acerca de la posibilidad de haberse sentido incomodados y/o violentados en alguna ocasión, como si esta posibilidad no encajara en su modo de relacionarse con las mujeres. Esta represión de la activación del registro emocional del miedo o inseguridad podría deberse a que su expresión les posiciona en una posición de inferioridad o vulnerabilidad y pone en cuestionamiento su rol de género. De esta forma, se demuestra que los repertorios emocionales que se activan interpelan de forma diferente según el género.

Por tanto, son las mujeres las que reportan más interacciones problemáticas en esta aplicación de citas: o bien sufren contactos insistentes, reciben mensajes de contenido sexual sin su consentimiento o incluso han sido insultadas. Esto demuestra que las mujeres no solo se exponen y son sometidas a más violencia, también, en el entorno virtual, sino que, también, dicha violencia podría verse intensificada por la propia idiosincrasia de la virtualidad que permite una cierta desinhibición a los usuarios a la hora de actuar, pues se accede a contactar con otras personas de una forma relativamente anónima. Además, tal como antes se planteaba, las mujeres que participan en estos rituales son objeto de sospecha, de modo que se legitima la violencia como una llamada al orden. Por ello, el entorno *online*, también, supone un espacio inseguro para las mujeres y se les transmite el mensaje de que no es un espacio para ellas, tratando de expulsarlas del mismo.

La consecución de *matches* y/o interacciones virtuales a través del chat también activa unos determinados repertorios emocionales mediante los que se hace género. Algunos

varones se sienten decepcionados, avergonzados o frustrados cuando no consiguen demasiados *matches*, probablemente por no poder cumplir con ese rol masculino de conquistadores:

> *"Me atrevería a decir que, en un primer momento, resultó decepcionante, del sentido de que me costaba mucho encontrar, eh… encontrar los famosos match" I7, 26.*

En cambio, en el caso de las mujeres analizadas, resulta más raro quejarse por recibir pocos mensajes que por recibir muchos, pues ser reconocidas como deseables desde la mirada masculina supone un reforzamiento de su feminidad. En cambio, declarar que reciben pocos mensajes podría inducir un cuestionamiento de su identidad:

> *"Cuando esa gente me escribía, me sentía agobiada por los mensajes. (…) Sentía que me llegaban muchos mensajes". I3, 25.*

> *"Es que no sé si he durado más de una semana con Tinder, porque te agobias, o sea, yo me agobio un montón, siempre que me lo hago, porque, al final, es como que tienes muchas conversaciones". I6, 26.*

Esta cuestión enfrenta a las mujeres a una importante ambivalencia. Por un lado, valoran recibir muchos *likes* y obtener muchos *matches* e interacciones pues permite reafirmar el reconocimiento en el mercado sexual y, por tanto, implica un reforzamiento de la feminidad, basada en la aprobación y/o reconocimiento de la mirada masculina. Por otro lado, y al mismo tiempo, esto implica someterse al ritual de caza y presa, por el que las mujeres deben ocupar la posición pasiva, y esperar la mirada masculina para recibir su reconocimiento y aprobación. Es decir, deben afirmar su posición de objeto de deseo.

Los encuentros presenciales con los contactos de la aplicación también se experimentan de forma diferencial, promoviendo esa configuración de subjetividades de género. Las mujeres, en su mayoría, refieren experimentar miedo:

> *"Bueno, me lo hice, si digo la verdad, con la mera intención de tener conversaciones esporádicas y sin ningún fin. Es más, me daba mucho miedo quedar con alguien, no tenía intención de quedar con nadie" I20, 25.*

Dicho miedo, al tener que enfrentarse a los encuentros presenciales o incluso anticipándose a que estos sucedan, podría ser interpretado como una activación, al pasar del entorno *online* al *offline*, de las claves y/o dinámicas que regulan los encuentros interpersonales. En el encuentro presencial ya no está presente la

protección que puede otorgar a las usuarias la pantalla o las propias condiciones que imprime la virtualidad.

En cambio, los varones no suelen sentir ese miedo o temor en los encuentros presenciales. De hecho, tal como antes se planteaba, es habitual demostrar un cierto rechazo a la emocionalidad o incluso a posicionarse en una posición de debilidad o vulnerabilidad:

> *"No he ido a ninguna cita así, intranquilo, con miedo y demás". I17, 26.*

> *"En ningún momento tuve miedo real, miedo por mi integridad ni porque la otra persona me estuviera engañando ni nada. Y nervios e inseguridades, yo diría que tampoco mucho, como un poco de inquietud e incertidumbre pero nada realmente intenso, ni que me quitara mucho el sueño". I23, 24.*

Además, mediante expresiones como: '*pero nada realmente intenso, ni que me quitara mucho el sueño',* se activa una visión racional como parte del cumplimiento de ese mandato de masculinidad más hegemónica.

Entre las estrategias empleadas por las mujeres para enfrentarse a la inseguridad y miedo que les provocan los encuentros presenciales se encuentra la renuncia a encontrarse con personas desconocidas en espacios privados, como es el caso de los hogares, y la alerta a personas de su entorno cuando van a quedar con otro usuario en el entorno *offline*, anticipando un posible riesgo de experimentar una situación de vulnerabilidad o amenaza. Esta segunda estrategia también podría ser interpretada como una activación del ritual feminizado por el que las mujeres reclamarían ser objeto de protección externa:

> *"Procuraba quedar siempre en bares o sitios públicos, con gente. Entonces, ya iba pues segura. (…) Avisaba a una amiga o a mis hermanas, sabían dónde estaba, sabían qué estaba haciendo". I26, 28.*

> *"Siempre es: 'no voy a quedar en tu casa, no voy a subirme a tu coche. Vamos a estar en una plaza que nos esté viendo la gente'. Sí que tienes como esa precaución.". I31, 24.*

> *"Siempre di ubicación a mis amigas, a mi hermana, quien sea, porque realmente tampoco tienes muy claro con quién estás quedando que, al final, puede ser un catfish (una persona que se crea un perfil falso) o puede que parezca majísimo y, al final, sea un loco de la cabeza.". I4, 28.*

> *"Mi madre sabía todo, o sea, (se ríe) dónde iba. Lo único (…) que con uno de los primeros con los que quedé pues como que se alargó mucho la noche. O sea, estuvimos dando una vuelta por Santa Teresa, por la senda, no sé qué, y ya mi madre me llamó preocupada, en plan, dónde estás y yo sí, sí, que ya voy para casa (se ríe)". I22, 26.*

Las usuarias de *Tinder* suelen desplegar unas estrategias de protección anticipatorias, precisamente, para evitar exponerse a situaciones de violencia. El miedo actúa como alerta y disciplinamiento que les impele a adoptar una serie de medidas preventivas ante la posibilidad de sufrir violencia. Tales estrategias están totalmente interiorizadas y, por tanto, se normaliza su puesta en marcha, aunque esto suponga limitar sus movimientos, someterse a un control sobre sus acciones y permanecer en un estado de alerta constante. Dicho estado de alerta, además, es compartido o se extiende al entorno más cercano, a quien se reclama intervenir de forma protectora *('mi madre me llamó preocupada')*, invitando a participar en la intimidad de las usuarias. Así, el miedo es compartido y retroalimentado por el entorno. La verbalización de dichas estrategias de protección muestra la normalización y banalización con la que las mujeres pueden experimentar estas limitaciones de las propias libertades.

Otra de las estrategias a las que se recurre para lidiar con el miedo es verificar que los perfiles con los que se conecta corresponden a personas reales. Muchas usuarias y, aquí sí, algunos usuarios optan por buscar y/o añadir a la otra persona en otra red social, en la mayoría de los casos en *Instagram*, con el objetivo de poder investigar algo más sobre ella. En el caso concreto de las usuarias, cuando dan el paso de contactar en la presencialidad es porque ya han analizado profundamente el perfil del usuario para sondear su peligrosidad. Desarrollan ese miedo anticipatorio, que les lleva a estar alerta y a revisar y calcular sus futuros movimientos, para evitar posibles riesgos y/o situaciones indeseadas:

> *"Tomaba muchas precauciones. De hecho, en la Plata, en la ciudad de Argentina donde vivía, m… no es chica pero, al final, todo el mundo se conoce un poco y… generalmente, lo agregaba a redes, Facebook o Instagram, veía si teníamos amigos en común, generalmente, teníamos algún conocido, amigo o lugar en común.". I29, 34.*

En el caso de los usuarios, se revisan los perfiles en otras redes sociales para evitar que se trate de un *bot* (robot) principalmente, más que para sortear posibles riesgos de violencia. Se trata de una acción calculada para evitar sentirse engañados, ridiculizados y/o perder su tiempo:

"Hay muchos perfiles falsos de bots que, además, se ve, se nota a la legua, que no es de verdad. Entonces, (…) sí intento (…) andarme con cuidado, con ese tipo de perfiles. Intentar evitarlo, para intentar centrarme en los perfiles que, a lo mejor, sí que pueda tener un match" I21, 26.

"Yo, por regla general, cuando entablo contacto, si me cuadra y fluye, prefiero cambiar de app, intercambiar Instagram, que te sirve para contrastar un poco las fotos" I33, 27.

También, se evoca miedo entre las mujeres a no responder a las expectativas creadas. Algunas mujeres refieren experimentar una cierta preocupación, e incluso ansiedad, en relación a si el encuentro presencial no se desarrollaba tal como ellas esperaban. En concreto, les generaba inseguridad anticipar el juicio de los otros sobre ellas, es decir, si gustarán al contacto de la aplicación, si cumplirán con lo que se esperaba de ellas, etc. Les genera inseguridad exponerse a su propia presentación pública escenificada en el entorno *online* de la aplicación de citas. Esta presión por cumplir las expectativas en tanto que objeto de deseo y aprobación de la mirada del otro se traduce en una dependencia de su aprobación, obviando si realmente ellas estarán cómodas:

"En cuanto al momento previo a los encuentros, siempre estoy súper nerviosa y me entran todas las inseguridades del mundo, de si le gustare, si tendré tema de conversación… un poco así". I1, 25.

"Mucha de la ansiedad me venía de: 'claro, le gustaré, pero le gustaré no en el sentido tan físico, sino es que no tengo ni puta idea de lo que estoy haciendo y si no le gusta follar conmigo, y si lo noto como raro, y si es como incómodo…' (…) Yo creo que era también el… bueno, sí, el qué esperaba la otra persona de mí". I2, 24.

Esta experimentación desigual del miedo según el género de los/as usuarias tiene efectos disciplinantes que se vinculan con lo que se ha conceptualizado como cultura del miedo. Hace referencia a una norma del sentir relacionada con cómo las mujeres, a lo largo de sus procesos de socialización, integran e interiorizan desde su infancia la vulnerabilidad y el miedo, que les impele a generar una disposición a permanecer en alerta. Esa interiorización diferencial aboca a las mujeres a asumir la responsabilidad de auto-protegerse. Los procesos de socialización de género y la observación vicaria de las situaciones de violencia a las que otras mujeres se encuentran sometidas en la sociedad les hacen experimentar un miedo permanente. Esto es a lo que hacía referencia Brownmiller, ya en 1975, cuando señalaba que la violación supone un proceso consciente de intimidación, mediante el que todos los hombres mantienen a

todas las mujeres en una situación de miedo, experimenten o no, de forma directa, esa agresión sexual. La evocación del miedo funciona así como mecanismo disciplinador de las mujeres y configurador de sus propias identidades.

Así, parece una tarea compleja compaginar, por un lado, el deseo o agencia sexual de las mujeres con esa permanente presencia del miedo y estado de alerta. Es interesante abordar esta cuestión, especialmente teniendo en cuenta los imaginarios que las nuevas subjetividades postfeministas promueven, en donde se invisibiliza la estructura relacional desigual y la violencia a la que se ven sometidas las mujeres de forma estructural, al mismo tiempo que se exalta un supuesto empoderamiento y liberación sexual de estas vinculado a la capacidad de elegir y multiplicar los encuentros sexuales, más que a la revisión del modo de estructuración y desarrollo de dichos encuentros. Mediante estas nuevas subjetividades postfeministas se introducen tecnologías adicionales a través de las que se sigue haciendo género.

3. Producción de nuevos arquetipos de feminidad en un contexto postfeminista.

Tal como en líneas anteriores se ha apuntado, la identidad social femenina se conforma como la otredad, lo que las impele a desarrollar una revisión continua, que permita corregir y compensar sus identidades deficitarias. Dicha revisión conlleva una subordinación de las sujetas al autoescrutinio y autorregulación constante, tal como demanda la racionalidad neoliberal. En esta interpelación deficitaria, las mujeres se configuran como sujeto neoliberal ideal porque interiorizan dicha subordinación como resultado de su libertad de elección.

Por ello, es interesante analizar en qué medida *Tinder* como espacio especular del yo proyecta y contribuye a difundir y/o intensificar las tecnologías de subjetivación postfeminista. Para ello, se examina cómo estas tecnologías de subjetivación de género son vivenciadas, negociadas, puestas en escena y legitimadas en el entorno de esta aplicación de citas, así como las controversias/ambivalencias que estas plantean para las propias mujeres.

3.1. La cosificación sexual como mercancía: las paradojas de la propiedad del propio cuerpo y sexualidad

En primer lugar, uno de los principales ejes de tales procesos de subjetivación postfeminista, detallado en apartados anteriores, se fundamenta en resemantizar o reconceptualizar la hipersexualización histórica a la que se ha sometido al cuerpo de las mujeres como una cuestión liberadora y empoderante. Se trataría de promover una

supuesta visión empoderante y liberadora de la sexualidad femenina basada, fundamentalmente, en el cultivo y explotación del propio capital erótico y sexual.

Sin embargo, esa resemantización sigue reproduciendo y/o intensificando mandatos de género, pues se continúa colocando en el centro de la identidad femenina la dimensión estética. A esta también se suman las demandas neoliberales de buscar el éxito social (y paliar la desigualdad) a través de un uso adecuado del capital (erótico, relacional, social, económico, etc.) individual, invirtiendo en una misma (psicoempresarización). Así, tal como Lipovetsky plantea "el cuerpo y el sexo se vuelven instrumentos de subjetivización-responsabilización, [de modo que] hay que acumular las experiencias, explotar el capital libidinal de cada uno, innovar en las combinaciones". (1986, pág. 30)

Tal cosificación del cuerpo de las mujeres se reconceptualiza y presenta como una cuestión empoderante, apelando y resemantizando la demanda feminista de hacerse propietaria del propio cuerpo. Empoderarse supone, por tanto, un ejercicio de capitalización del propio cuerpo, así como de perfeccionamiento de la imagen personal para poder traducirla en capital erótico, sexual y seductor que permita competir en el mercado sexo-afectivo. La imagen personal y el cuidado de la misma se transforman en uno de los activos principales con el que las mujeres pueden capitalizarse. Desde esta retórica, las mujeres pueden y deben movilizar y/o cultivar dichos capitales, a través de la auto-regulación, remodelación y exaltación de sus cuerpos entendidos como condensadores metafóricos del sentido y esencia de la feminidad especular, reconceptualizando este acto de subordinación sexista como una acción de emancipación y liberación.

De este modo, el imperativo de la belleza y la necesidad de exhibir un cuerpo deseable socialmente (especialmente desde la mirada masculina) no solo se reinterpreta y presenta como una muestra de amor propio y empoderamiento, sino que en el cuerpo y su imagen estética se materializa, y supuestamente condensa, la propia identidad femenina. El cuerpo actúa como la marca personal de las mujeres mediante la que se autorrepresentan y proyectan ante los demás. De ahí, la necesidad de remodelarlo y entrenarlo, en definitiva, de controlarlo constantemente, en un ejercicio de "civilización del cuerpo" (Menéndez, 2018).

Este imperativo de civilizar el cuerpo se combina con el de la positividad y la felicidad, pues esta auto-disciplina, auto-control y sacrificio se presentan como fruto de una elección personal en búsqueda de la emancipación y liberación, que conduce, a su vez, a la satisfacción personal. Esto es, 'todos los individuos son (y deberían ser) libres, estratégicos, responsables y autónomos, capaces de gobernar sus deseos y estados

psicológicos con el fin de realizar lo que se supone que es el objetivo más fundamental en la vida de toda persona: su propia felicidad.' (Cabanas e Illouz, 2019, pág. 62)

Así, el empoderamiento, desde estos marcos postfeministas y neoliberales, se define como la capacidad para autocapitalizarse y automercantilizarse. A esto se suma el imperativo de auto-responsabilizarse de la consecución de dicho empoderamiento, sometiendo al *self* a procesos de auto-regulación y control, e invisibilizando el papel que juegan las estructuras de desigualdad.

De este modo, el poder y la libertad, aclamados y demandados en las reivindicaciones feministas, se resignifican en términos exclusivamente individuales, apelando a la autosuficiencia e independencia de las mujeres e invisibilizando la necesaria acción colectiva para alcanzar dicha libertad empoderadora, tal y como han defendido los movimientos feministas. Así, la libertad y el poder se vinculan metafóricamente al sujeto autocontenido.

Estas lógicas profundamente individualistas guardan estrecha relación con unos modos de estar y actuar androcéntricos. Las nuevas subjetividades postfeministas promueven la celebración y exaltación de marcos de sentido androcéntricos: de poder, de seguridad, etc. para alcanzar el éxito, lo que supone el rechazo y/o descalificación de lo femenino como algo defectuoso. Así, mujeres jóvenes en *Tinder* emplean imágenes en donde se (auto)(re)presentan con miradas desafiantes, poses chulescas … que cuestionan parcialmente una feminidad más normativa que impele a las mujeres a mostrarse de forma delicada y dulcificada. Sin embargo, es llamativo que estas poses desafiantes son performadas de forma sexualizada, por lo que se refuerza esa sexualización como elemento central de la identidad femenina.

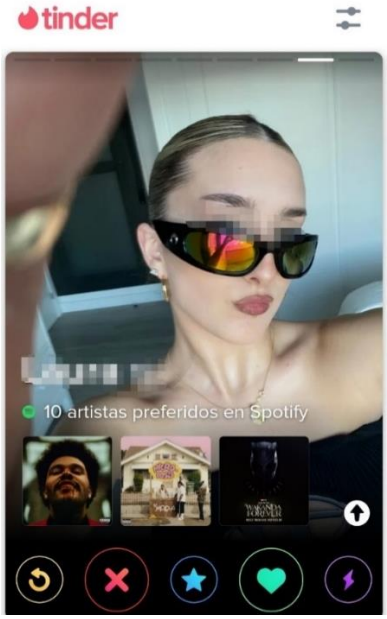

Imagen III.38. Perfil virtual de una usuaria de *Tinder*. Ejemplo de las nuevas subjetividades postfeministas.

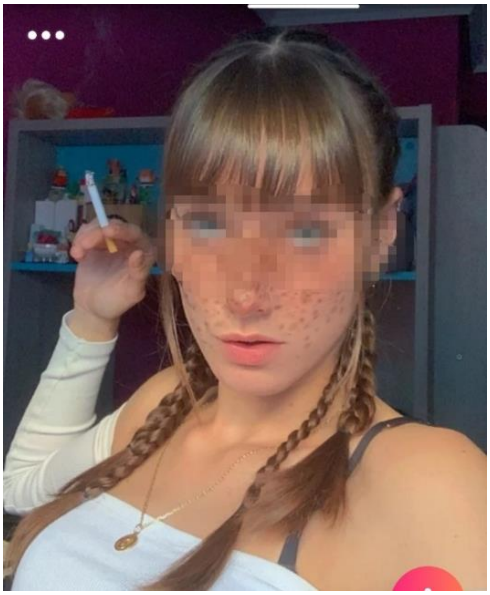

Imagen III.39. Perfil virtual de una usuaria de *Tinder*. Ejemplo de las nuevas subjetividades postfeministas.

En el caso de los perfiles de los varones, estos no suelen apropiarse de marcos de sentido femeninos: expresión de ternura, dulzura, vulnerabilidad, etc. Solo en algunas ocasiones se observan perfiles de usuarios en donde se publican imágenes con animales, que podría interpretarse como una cierta expresión de ternura. Sin embargo, las expresiones faciales, así como la actitud que se manifiesta en dichas imágenes son bastante neutras en cuanto a emocionalidad se refiere. Por tanto, se trataría más de una estrategia de seducción que de una resistencia y/o cuestionamiento de los mandatos masculinos. También, el empleo de este tipo de imágenes podría interpretarse como un modo de reforzar la centralidad del varón (blanco frente a negro, claro frente a oscuro) en una relación de contrastes que refuerza el protagonismo y centralidad de la imagen masculina.

Imagen III.40. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de apropiación de marcos de sentido femeninos como estrategia de seducción.

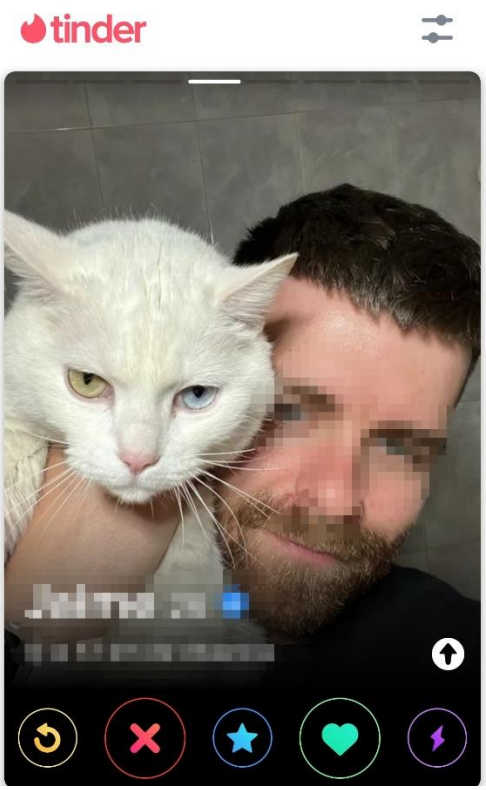

Imagen III.41. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de apropiación de marcos de sentido femeninos como estrategia de seducción.

Estas nuevas subjetividades destacan por su carácter paradójico, pues, al mismo tiempo que se impele a las mujeres a cultivar su dimensión estética y a mostrarse sexualmente disponibles como estrategia de empoderamiento, también se las expone y/o compromete a mostrarse como virtuosas:

> *"Lo primero es un filtro primeramente puramente físico, entonces, pues me tiene que gustar (…) Cuando hay una chica que, a lo mejor, enseña, yo qué sé, pues las tetas o el culo, sale en tanga o lo que sea, a mí no me suele gustar. Suelo descartarlas, más que na', pues porque no me atrae ese tipo de persona. O sea, una persona que se venda y que intente gustar solo por su físico, es un poco de hipocresía lo que estoy diciendo, pero, bueno, que solo se muestre por su físico, por así decirlo, por sus atributos, pues, no, no me suele gustar". I9, 23.*

Es decir, las mujeres se exponen a mensajes contradictorios que refuerzan el cuestionamiento de sus modos de actuación, pues, a la vez que se les insta a cultivar su capital sexual, se las estigmatiza por hacerlo. Además, se las juzga cuando ellas se sexualizan "por decisión propia", pero no cuando son los hombres los que las sexualizan

y cosifican. Debido a esa incertidumbre provocada por no saber de dónde o en qué forma puede venir la crítica, las mujeres se someten a una constante auto-revisión y auto-cuestionamiento. Esto es, desarrollan un sistema de alerta, que les sirve de preparación y anticipación a esa posible crítica, con un claro impacto en el desarrollo de su propio auto-concepto y autoestima. Por ello, se trata de reflexionar sobre cómo se estructuran y de dónde proceden esos procesos de autocosificación, pero en ningún caso, se trata de juzgar o cuestionar dicha autocosificación pues se entiende que es suficiente la violencia y juicio al que se somete a las mujeres, de forma constante, en la cotidianeidad de sus vidas como para sumar aún más cuestionamiento, estigma y/o violencia hacia las mismas.

Dicha visión empoderante y liberadora de las mujeres que transmiten estas nuevas subjetividades postfeministas también se fundamenta, tal como antes se mencionaba, en la libertad para hacer un uso recreativo más que (re)productivo del propio cuerpo. Esto puede generar una cierta presión en las mujeres por cumplir con lo que se espera de ellas (con las expectativas del otro masculino) en términos sexuales, pues se les impele a demostrar una constante disponibilidad sexual:

> *"O sea, no sentía tanta presión al resultar deseable porque, bueno, sí me considero una persona bastante atractiva, era más el si luego lo voy a hacer bien (risas), ¿sabes? No era ansiedad de impresión sino ansiedad performativa, ¿sabes? (risas) Era un poco eso, ¿no?, de primera impresión. Era de: 'vale, muy bonita, pero ¿qué tienes que ofrecer?'". I2, 24.*

Tal como plantean Gill y Orgad (2017), "women are enjoined to become 'sexual entrepreneurs': compulsorily sexy and always 'up for it', 'interpellated through discourses in which sex is work that requires constant labour and reskilling."[55] (pág. 25)

Tal angustia o presión por cumplir con las expectativas del otro masculino puede interpretarse como una autoexigencia interiorizada para alcanzar la mejor versión de una misma, también en términos sexuales. Por tanto, estos dispositivos de regulación y disciplinamiento del *self* no solo afectan al cuerpo, sino que se extienden más allá, alcanzando las áreas más íntimas del individuo, en un intento por someter a una remodelación constante la propia vida, la psique y la propia identidad. Se coloniza la esfera más íntima del individuo por parte de la racionalidad neoliberal, aunque se instrumentalice el cuerpo como elemento visual y estético de esta remodelación (Gill,

[55] A las mujeres se les exige convertirse en "emprendedoras sexuales": obligatoriamente sexys y siempre "dispuestas a hacerlo", "interpeladas a través de discursos en los que el sexo es un trabajo que requiere trabajo constante y recapacitación".

2007), y de un proyecto de mercantilización del individuo, convirtiéndolo en un producto del que extraer plusvalía económica.

A este proceso también contribuye la definición de unas pautas normativas sobre cómo superar los desengaños amorosos o sobre cómo enfocar la ausencia de vínculos socio-afectivos o incluso sobre cómo vivenciar los propios vínculos. Se solicita asemejarse al modelo relacional tradicionalmente masculino y dejar atrás ese imaginario de mujer pasiva con un fuerte deseo de apego emocional, pues, el comportamiento masculino se da por descontado.

Se busca atender a una demanda social de las mujeres basada en la extendida renuencia masculina al compromiso. Sin embargo, en vez de problematizar el modelo relacional vinculado a la masculinidad, la solución que se ofrece es someter a revisión, evaluación y cuestionamiento el modelo relacional femenino, "obligando a las mujeres a acallar ese deseo [de apego] y a imitar el desapego masculino y la búsqueda de autonomía propia de los hombres." (Illouz, 2012, pág. 184).

El desapego emocional expresa una nueva forma de dominación emocional por parte de los varones, pues tal como Illouz (2012) plantea, estos "transfirieron al sexo y la sexualidad el control que antes ejercían en el hogar, por lo que el campo sexual se transformó en el ámbito donde podían expresar y exhibir su autonomía y su autoridad" (pág. 103). Para enfrentarla, se propone, desde una cultura postfeminista, que las mujeres tomen el poder en sus relaciones precisamente imitando el modelo relacional masculino, es decir, practicando también el desapego o distanciamiento emocional, y adoptando la sexualidad acumulativa. Así, por tanto, el arquetipo de mujer empoderada, emancipada y exitosa que transmite esta retórica postfeminista es aquella que es emocionalmente distante y practica una sexualidad acumulativa sin que ello le afecte.

Sin embargo, este nuevo imaginario de mujer soltera autosuficiente, que se transmite a través de los diferentes medios sociales, y que se distancia de la tradicional mujer doliente que se siente sola y despechada cada vez que su compañero afectivo desaparece, constituye un arquetipo ajustado a los cánones neoliberales, pues se sustenta en un individualismo exacerbado, en donde el otro es un instrumento para satisfacer las propias necesidades. Así, las necesidades y cuidados del otro/a son invisibilizados, y se instrumentalizan tanto los cuerpos como los vínculos sexo o socio-afectivos como capital para competir en el mercado del deseo. Es decir, el otro es accesorio:

> *"Soy una persona que no suele tener nada serio porque voy mucho a mi bola y soy demasiado independiente". I8, 26.*

"O sea, 100%, yo la aplicación era para relaciones esporádicas, nunca me he planteado para buscar pareja, ni buscar, ni siquiera, entre comillas, un follamigo, (…) Yo quería quedar con alguien, ver si había buen rollo de primeras, pero tu vida no me interesa, iba un poco en ese plan." I2, 24

"Tampoco es que sentía la necesidad de ir a muchas citas o de intentar encontrar el amor de mi vida, ni nada. Yo con eso de jugar un poco con el Tinder me bastaba". I3, 25.

En vez de problematizarse la falta, la brecha y/o la incompletitud en esos vínculos heterosexuales (problematizar el modelo relacional masculino), así como la vulnerabilidad o incluso la dependencia, se neutraliza la necesidad de la otredad (del/a otro/a) como estrategia de afrontamiento. Tales racionalizaciones invisibilizan ciertas dinámicas como el maltrato, el ninguneo, la indiferencia y hasta la violencia, muy presentes en las relaciones socio/sexo-afectivas contemporáneas. Estas son interpretadas o conceptualizadas como excepciones, o anécdotas intrascendentes, aunque lo que se están activando son dinámicas en donde confluye patriarcado y neoliberalismo.

En este marco de exaltación del distanciamiento o desapego emocional, tradicionalmente masculino, como modelo relacional empoderante y de éxito, algunas mujeres muestran preocupación por sus performances de género. Se interrogan acerca de si algunas de sus actuaciones durante el uso de la aplicación se pudiesen interpretar como 'demasiado emocionales' o 'intensas', un apelativo que, por otra parte, ha sido y suele emplearse muy a menudo para deslegitimar a las mujeres, y a sus posiciones y pensamientos:

"No tengo muy claro dónde poner los límites de, eh… puedo llegar hasta aquí con esta persona, o a lo mejor le va a parecer que soy demasiado afectiva con ella, o que quiero más". I4, 28.

"Hay mucha gente que piensa que porque le des like ya te quieres casar con ella". I32, 27.

Por tanto, las subjetividades femeninas que se solicitan son aquellas en las que las mujeres ya no sufren por amor, o por lo menos no lo expresan así, sino que usan a sus parejas afectivo-sexuales de la misma manera que lo hacían sus compañeros varones con ellas. Tal como Lipovetsky sostiene: "no es tanto la huida ante el sentimiento lo que caracteriza nuestra época como la huida ante los *signos* de sentimentalidad" (1986, pág. 77). Sin embargo, la difusión de estos nuevos arquetipos de mujeres supone extender

un modelo relacional en el que ellas interiorizan que no puede esperar nada de sus compañeros varones o no generarse expectativas, para evitar precisamente su desaprobación, lo cual conduce a que sus necesidades dejen de ser priorizadas. De este modo, se sigue colocando a las mujeres en una situación precarizada en relación a sus compañeros varones, y en donde siguen amoldándose a los deseos de ellos. Esto desvela cómo el ideal que se extiende en relación a las mujeres es aquel en el que ellas se ajustan a las necesidades o deseos de los varones: despegada e intensa cuando ellos quieren y como ellos quieren, como un modo de ganar capital sexual.

También, se observa la reconceptualización o transformación de la cultura emocional vinculada con el amor, antes detallada. Se entiende como una estrategia, como una decisión, no como algo que surge de forma aleatoria, intuitiva y/o espontánea, y que escapa al control del/a usuario/a. El amor se concibe como una elección racional optimizada, desarrollada de forma voluntaria y en la que se adquiere un cierto control. Tal como Strömquist (2021) sostiene, "la expansión de la sociedad de consumo hace que nos comportemos como consumidores racionales y que saquemos el máximo partido incluso en nuestras relaciones con los demás". (pág. 25)

Dentro de esta lógica a la que ya se ha aludido, en la que *Tinder* promueve encuentros y relaciones sexo-afectivas como si de un consumo de productos de catálogo se tratase, el amor se convierte en objeto de un cálculo predecible. Las elecciones socio/sexo-afectivas se equiparan a elecciones inmediatas de consumo, las cuales también deben ser constantemente optimizadas para resultar lo más eficientes posible. (Linne y Fernández Lopes, 2019). Para llevar a cabo esa elección es necesaria una evaluación y comparación con otras opciones, lo que implica:

> La descomposición del objeto, la persona o la situación en distintos elementos y el intento de analizar y ponderar esos atributos mediante un cotejo entre distintas opciones, ya sean reales o imaginarias. Esta forma de evaluación no se basa en un juicio integral, sino en una serie de datos fragmentados. En consecuencia, el objeto es sometido a un proceso de fragmentación para ser evaluado en función de sus componentes discretos y separados, lo que empaña la capacidad de evaluación intuitiva" (Illouz, 2012, pág. 128)

En el caso concreto de *Tinder* se trata de hiperracionalizar la delimitación de perfiles (por edad, género, distancia) y los afectos. (Linne y Fernández Lopes, 2019), esto es, de poder elegir cómo queremos que sean las vinculaciones sexoafectivas. Dichas elecciones son tan inmediatas que solo con deslizar el dedo hacia la derecha o izquierda se puede dar "me gusta" a un perfil o rechazarlo respectivamente.

De igual forma, la puesta en contacto con otros/as usuarios/as también es fácil y rápida. Si dos usuarios/as se dan "me gusta" entre sí, entonces podrán empezar a chatear entre ellos/as. *Tinder* se convierte, por tanto, en un espacio de ajuste de la oferta y demanda del amor y del deseo, pues se trata de convertir el propio *self* en una marca que promocionar en un mercado en el que los/as consumidores/as pueden hacerse un producto a su antojo si cuentan con el capital necesario:

> *"Yo diría que (…) lo hace más mecanizado, tanto la interacción como la forma de mostrarnos a los demás, porque tú eliges qué mostrar y qué quieres que vean de ti, mientras que en la vida real, pues puedes elegir algo, pero, eh… no puedes poner como una lista de cosas que quieres que sepan de ti" I23, 24.*

En tal hipermercado de los afectos parece difícil poder encontrar un potencial revolucionario. Este planteamiento del amor y de las relaciones sexoafectivas no solo responde a referenciales neoliberales sino que es, también, profundamente androcéntrico, pues se trata de mostrar estoicismo frente a lo pasional, imperturbabilidad, racionalizar lo emocional, en un intento por volverse invulnerable a ello.

Además, el mismo escenario que promueve la aplicación intensifica estas dinámicas. Se facilita ponerse en contacto y conocer a otras personas con las que los individuos puedan tener una cierta compatibilidad o intereses y valores afines. Esta facilidad para desplegar un catálogo de productos puede llevar a elevar la exigencia en cuanto a lo que se considera una buena relación o una buena pareja, pues se interioriza la idea de que quizás haya siempre alguien mejor.

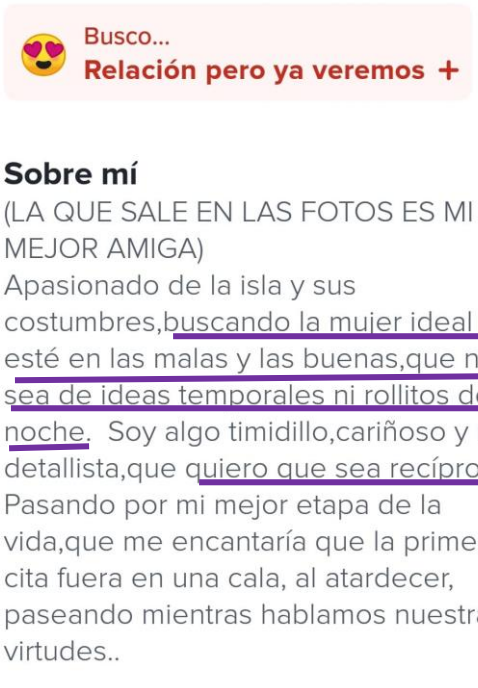

Imagen III.42. Autodescripción de un perfil de *Tinder*. Ejemplo de exigencia en la búsqueda de pareja.

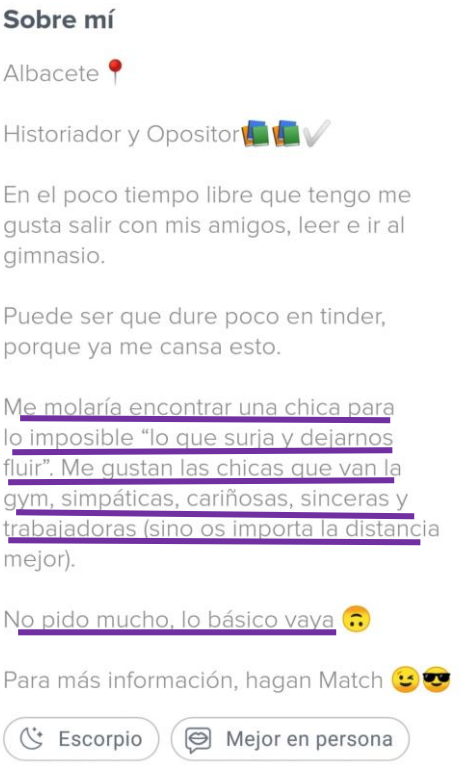

Imagen III.43. Autodescripción de un perfil de *Tinder*. Ejemplo de exigencia en la búsqueda de pareja.

Imagen III.44. Autodescripción de un perfil de *Tinder*. Ejemplo de exigencia en la búsqueda de pareja.

Imagen III.45. Autodescripción de un perfil de *Tinder.* Ejemplo de exigencia en la búsqueda de pareja.

Así, el proceso de encontrar pareja en *Tinder* supone la búsqueda de la opción más óptima, que pueda satisfacer las necesidades del consumidor ('*hacer una buena adquisición sentimental*'), lo que puede plantear, como antes se mencionaba, dificultades para sentirse comprometido de forma intuitiva y con algún vínculo emocional sin un motivo concreto, así como una relativización de los procesos de ruptura y/o de rechazo de otras potenciales opciones de pareja:

> *"Es como no estar dándome cuenta realmente de que es una persona con la que estoy hablando, sino como simplemente un entretenimiento para mí. Y eso, pues hablo contigo, pero te dejo en leído y me da igual, y hablo con el otro y ahora no sé qué. O sea, ¿sabes?, como más deshumanización de las personas. Yo creo". I31, 24.*

> *"Creo que es (…) como un catálogo de gente en la que, bueno, pues parece muy fácil como rechazar a alguien". I6, 26.*

Por ello, se trazan unos límites borrosos y difusos entre escapar de mitos románticos, que promueven una dependencia de las mujeres de sus amantes, y el proyecto de presentar como empoderadores marcos de competencia y consumismo de unos/as sobre otros/as. Estos marcos interpretativos explican el empleo de términos deshumanizantes y mercantilizadores para definir el proceso de selección de los potenciales contactos de la aplicación (*matches*), tales como 'outlet', 'catálogo' y 'mercado'. Así, los individuos pasan a ser productos vendibles, mercancías consumibles con fecha de caducidad:

> *"Era simplemente pues como cuando vas al mercado y eliges la verdura que más te gusta, pues una cosa así." I8, 26.*

> *"Es como un supermercado. Me parece como (…) es como irte a un outlet y tienes que hacer mucha criba". I12, 27.*

También, tal como se refería antes en relación a la responsabilización de las mujeres por no alcanzar dicho empoderamiento y emancipación, se busca "provocar el sentimiento de que el fallo es tuyo, si no logras <triunfar> en el dominio amoroso" (Strömquist, 2021, pág. 111). En un contexto neoliberal como el contemporáneo que disciplina al individuo mediante la positividad del poder hacer frente y el rendimiento (Han (2010), el amor, tal como antes se detallaba, se convierte también en objeto de rendimiento (en algo provechoso). Este dispone de poder para cambiar situaciones adversas, sometiéndose a sí mismo a una autorevisión y autoescrutinio constante, y a un proceso de autoconocimiento que le lleve a identificar sus fallos, así como a una

activación de repertorios emocionales vinculados al cálculo y a la racionalidad de los procesos, en el sentido de Illouz . Así, se observa una reedición de los perfiles virtuales elaborados en la aplicación de *Tinder* cuando no se consigue el éxito esperado:

> *"Ha habido veces que he cambiado una o varias fotos del perfil, eh…, o sea, sí que ha habido cambios basados en…, bueno, creo que no está teniendo mucho éxito mi perfil, voy a probar a meter esta otra foto" I23, 24.*

En cualquier caso, considerando la perspectiva de algunas investigadoras como Perrotta, retomada por Linne y Fernández Lopes (2019), se demuestra que el *marketing* de estas redes sociales instrumentaliza una necesidad romántica de los individuos, es decir, la necesidad de seguir buscando "un/a otro/a significativo/a" que aporte certidumbre en el contexto posmoderno contemporáneo incierto. Además, las vinculaciones sexoafectivas/románticas siguen colocándose en la cúspide de la jerarquía de los afectos. (Vasallo, 2018), lo cual explicaría la necesidad de buscar potenciales contactos sexo-afectivos de forma compulsiva a través de las nuevas tecnologías.

3.2. La tiranía de la autenticidad: Paso de lo "estético" a lo "auténtico" como mandato de la nueva feminidad exitosa.

En segundo lugar, otro de los ejes que conforman estas nuevas subjetividades postfeministas, tiene que ver con la exaltación (y mandato) de la autenticidad como estrategia emancipadora de las mujeres. Tal como se planteaba en anteriores apartados, la colonización neoliberal de áreas tan íntimas como es la configuración de la propia identidad (capitalismo del yo) ha provocado también el imperativo de producir una autenticidad propia que les permita venderse en el mercado de los autorreflejos. Es decir, la apariencia de naturalidad se ha convertido en un recurso de *marketing* del yo. Este mandato y/o cultura de la autenticidad personal se promociona constantemente a través de las redes sociales. Sin embargo, en *Tinder*, dicho mandato parece que se intensifica, pues se trata de una red social que pretende conectar a distintas personas en el entorno *online* para que posteriormente puedan encontrarse en el espacio *offline*.

La autenticidad y espontaneidad, por tanto, otorgan capital dentro de la aplicación. Por ello, en un claro acto de enunciación del yo, se trata de mostrar un yo auténtico pero idealizado o estilizado. Esto es: "una proyección que pueda ser reconocida como anclada al yo *offline*, pero modificada según –o mejor, filtrada a través de– parámetros que culturalmente se reconocen como adecuados, valiosos o atractivos." (Barreneche, 2019, pág. 86) Se hace responsable a lo/as usuario/as de resolver la paradoja entre dos

mandatos sociales contradictorios: expresar un yo lo más fiel posible al sí mismo y responder a unos mandatos estéticos y patriarcales inalcanzables.

Dicha exaltación de la autenticidad del sujeto se basa en la demanda inexorable de ser uno/a mismo/a, en presentarse ante uno/a mismo/a y ante los demás de forma genuina:

> *"Yo intentaba, así, mostrarme un poco como soy, por así decirlo, entre comillas. O sea, por ejemplo, con el aspecto físico, yo no quería poner ninguna foto donde yo iba maquillada. (…) Pero o tampoco, así, (…) no sé, una luz especialmente favorable, donde mis ojos parecen mucho más brillantes de lo que son. (…) O sea, yo quería fotos que sí se parecían a mí" I3, 25.*
>
> *"Sobre todo, pues que se me viera a mí, como soy, en mi entorno" I21, 26.*

Tal mandato de la autenticidad enfatiza la importancia de la singularidad, reforzando la lógica neoliberal del individualismo, y la obligación de construir una identidad propia a partir de una auto-mejora y auto-remodelación. Se defiende que, mediante estos procesos de auto-regulación obsesiva, se puede llegar a potenciar aquello que el sujeto es. Así:

> La autenticidad, como la autogestión, se ha convertido en una demanda social, en un aspecto a exhibir en todos los ámbitos de la vida cotidiana, tanto por la reafirmación individual que entraña, como por los importantes beneficios personales, sociales y económicos que se le suponen. (Cabanas e Illouz, 2019, pág. 135)

Sin embargo, es una autenticidad que equipara el yo auténtico al ideal del yo. El imperativo se basa en mostrar lo *auténticament*e positivo que se posee o que define al sujeto (competencias valoradas socialmente); en cambio, lo *auténticamente* negativo no obtiene tanta representación e interés, a pesar de que también sea auténtico. Es decir, mostrar una actitud positiva o la actitud mental positiva desempeña un rol importante en esa demanda de autenticidad:

> *"La imagen que quería dar era como un poco, una chica alegre. (…) Eso, alegre (…) y, en general, así, una chica graciosa y natural" I3, 25.*
>
> *"Elegir fotos que como que transmitieran un poco mi forma de ser en el sentido de: pues, una persona sonriente, amable, m…, como divertida." I11, 25.*

Este discurso conecta, de algún modo, con la demanda social de aceptación de la diversidad y culto a la singularidad de los individuos, pero se orienta, sin embargo, desde un enfoque neoliberal, en donde la autenticidad se impone como un mandato que debe

cumplir el sujeto. Dicho mandato deviene de un trabajo personal individual del que solo él/ella es responsable. Es una responsabilidad del propio individuo mostrarse tal como se es, sin tener en cuenta las posibles dificultades o incluso violencia a la que el individuo pueda enfrentarse en dicho proceso, debido al carácter profundamente normativo de la estructura y orden social en el que se encuentra inmerso. Si el individuo falla en este cometido se trata de una responsabilidad exclusiva de sí mismo. Por tanto, atiende la diferencia, pero diluye su complejidad y la desactiva al enfocarla como una cuestión individual.

Dicha demanda de autenticidad reclama también una expresión de seguridad y conciliación con uno/a mismo/a (el individuo debe mostrarse tal como es; para ello, debe confiar/estar seguro de sí mismo/ de eso que es), lo que, depende exclusivamente del sujeto. Esto es, funciona como una tecnología de subjetivación más, que impele al individuo a trabajar sobre sí mismo para conseguir esa confianza/seguridad en uno mismo, convirtiéndose esta última también en objeto de mercantilización, en un capital más que cultivar para ser competitivo y exitoso en *Tinder* y obtener el ansiado reconocimiento.

Esa expectativa de mostrarse de forma auténtica ante los/as demás usuarios/as, es decir, la imposición del mostrarse natural, ser uno/a mismo/a, etc., se ha convertido en un criterio para delimitar y seleccionar los modos de presentarse en el espacio virtual. Sin embargo, esta práctica no es el resultado de una conducta espontánea sino de un proceso de aprendizaje, que pasa por aprender a posar, observar e inspirarse en otras imágenes que se encuentran accesibles en los diferentes medios sociales:

> *"Las fotos que tenía ahí eran las fotos… algunas de las fotos que tengo en Instagram. Y si subo una foto en Instagram es porque realmente me gusta, me siento yo, me gusta el momento y quiero, entre comillas, transmitir algo." I5, 23.*

> *"Seleccionaba fotos que ya en sí mismas tengan buena calidad, ¿no? No sé si modificaba alguna que era mala, si había una que era oscura o que no salía bien no la usaba, eh… trataba de que fueran fotos en las que tenga buena luz y se vea bien." I29, 34.*

Esto es, se trata de una práctica en la que hay que trabajar y que supone inversión de tiempo. En suma, ese mandato de autenticidad proviene de un proceso de ajuste y de aprendizaje, resultado de un proceso de cálculo estratégico y de experiencia previa, y de actuación profunda (*deep acting*: Hochschild, 1983). Por consiguiente, más que reflejo de espontaneidad y naturalidad, supone una respuesta estratégica a un mandato o una prescripción a la que los/as usuarios/as deben adaptarse.

Esta situación ha sido conceptualizada por Amparo Lasén como contradicciones deseantes pues, por un lado, se insiste en la importancia de transmitir una imagen adecuada y deseable sobre uno/a mismo/a y, así, de cuidar la presentación de uno/a mismo/a en la elaboración de los perfiles virtuales, ajustándose a los cánones estéticos establecidos, y, por otro, simultáneamente, se subraya la idea de que esta autorepresentación debe ser lo más auténtica posible. Se reclama el deber de intervenir y de potenciar ese ser que tú eres a través del auto-cuestionamiento y auto-mejora constantes, es decir, del sometimiento del cuerpo y de las autopresentaciones a remodelaciones continuas que toman como referencia modelos estéticos normativos. Por tanto, simultáneamente se insiste en la obligación de presentarse de forma auténtica ante los demás y se refuerza la dependencia de la aprobación social, la cual se encuentra supeditada a la adaptación a las normatividades estéticas de género:

> *"A veces, me pasaba (…) que la persona tenía unas fotos viejas y, luego, en Instagram, cuando veía las más actuales, pues… ya… quizá, era más mayor. Eh… y no me gustaba, pues porque ya se habían dejado barba, porque llevaban el pelo distinto, cualquier cosa. Y eso para mí no es naturalidad." I5, 23.*

De esta forma, el sujeto se encuentra en una situación de autoajuste y revisión constante pues, al recibir mensajes contradictorios de forma continuada, ese autogobierno genera inseguridad y se convierte en una permanente autovigilancia. Por otro lado, al igual que sucede con la narrativa neoliberal, que enfatiza la necesidad de esforzarse para conseguir la mejor versión de uno/a mismo/a, a un mismo tiempo que se promete alcanzar y potenciar aquello que realmente se es, se asume que dicha versión de uno/a mismo/a nunca se alcanzará, porque es un objetivo móvil, cambiante y flexible. "Así, lo que por un lado ofrece completitud y plena satisfacción personal, por el otro produce una recurrente sensación de vacío y una constante y obsesiva preocupación por subsanarlo." (Cabanas e Illouz, 2019, pág. 149):

> *"Me pasó que yo antes tenía el pelo largo y, cuando me lo corté, tenía fotos con el pelo largo y corto. Entonces, pues muchos chicos era como: 'pero, ahora, ¿cómo tienes el pelo?, ¿largo o corto?'. Y, claro, al final era como: '¿y qué pasa si ahora al tenerlo corto no les voy a gustar? No sé… si lo volviera a tener largo, quizá, gustaría más'" I6, 26.*

Este ideal de autenticidad (naturalidad, potenciación de aquello que se es) como capital se alcanza a través de experiencias y oportunidades de consumo. Por ello, se encuentra claramente mediado por la clase social y el poder adquisitivo de los/as sujetos/as. Por ejemplo, recursos económicos para cuidar la piel con productos cosméticos, depilación,

tratamientos de remodelación, gimnasio, etc. facilita esta performance de naturalidad, que no requiere el uso del maquillaje, filtros, etc., porque la propia imagen ya está editada y adaptada a los cánones estéticos. Esta reivindicación de "lo natural/ auténtico" deviene paradójica pues supone el sometimiento del cuerpo a tratamientos que lo remodelan a fin de ajustarlo a un arquetipo ideal reclamado. La novedad es que, mediante este discurso contemporáneo, se reconceptualiza y se comercializa tal remodelación como una forma de potenciar aquello que ya se es, como si en la conformación de la identidad no fuese necesaria la participación de los/as otros/as. Es decir, la imagen es exhibida como si fuese algo que ya se es, independientemente y a pesar de la mirada aprobatoria de los/as demás. Esta fantasía de la búsqueda de sí mismo en un sujeto autocontenido y cerrado, que obvia la dimensión intersubjetiva que caracteriza toda identidad personal y que refuerza el individualismo, se ve intensificada por esta tiranía de la autenticidad:

> *"Yo pensaba… a quién le guste le tengo que gustar tal cual, como soy, ¿sabes? No, nunca he llegado a pensar pues tendría que cambiar algo de mis fotos o tal, para gustar a una persona ¿sabes? No. Es lo que hay y punto. Si te gusta bien y si no, pues también" I10, 25.*

De esta forma, la autenticidad se convierte en una marca personal, el ejemplo por excelencia de automercantilización. Se combinan, así, la autopromoción con la autenticidad para presentar al individuo como un producto único con logotipo propio.

> En tanto marcas, los individuos deben definir qué tienen de diferente, de auténtico y de indispensable, qué virtudes y fortalezas les definen y hacen únicos, y qué valores propios inspiran en los demás—esfuerzo, superación, creatividad, tenacidad, etc.--. Se trata no solo de marcar la diferencia, sino de vender esa diferencia. En tanto marcas, los individuos también deben estar en continua evolución y adaptación: aprendiendo nuevas estrategias de persuasión, mejorando sus habilidades sociales y desarrollando todas aquellas habilidades que le permitan venderse de forma más eficaz e influir sobre los demás. (Cabanas e Illouz, 2019, pág. 138):
>
> *"Buscaba, más que las fotos, la descripción que fuera con algo diferente" I16, 27.*
>
> *"Para que un perfil me llamara la atención, lo que más me gustaba era que se currara la biografía, que fuera gracioso, que fuera fresca. No que usaran las típicas frases que habían buscado en Google, que había usado él, el siguiente, el anterior y tres chicos más atrás. Eso, a mí me repateaba muchísimo. Si la*

biografía era muy buena, muy original, muy fresca… eso sí que me gustaba" I4, 28.

En el caso concreto de *Tinder*, los/as usuarios/as se someten a procesos de mercantilización del yo, fundamentados en la exaltación de la autenticidad, con el objetivo de conseguir *likes* y hacer *match* con otros/as usuarios/as. Para conquistar la valorada naturalidad, se emplean fotos en las que los/as usuarios/as aparecen representados estratégicamente desprevenidos/as, sin poses forzadas y con una edición muy sutil. El trabajo minucioso y laborioso de preparación y edición de la foto finalmente seleccionada y publicada demuestra, tal como se planteaba, la gran cantidad de tiempo y esfuerzo que los/as usuario/as dedican al proceso de producción (aplicando filtros de edición: cambio de tonalidad, más brillo, etc.) y elección de las imágenes de sí mismos/as que proyectan y exponen en el espacio virtual:

Imagen III.46. Perfil virtual de una usuaria de *Tinder*. Ejemplo de exaltación de la autenticidad.

Imagen III.47. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de exaltación de la autenticidad.

Imagen III.48. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de exaltación de la autenticidad.

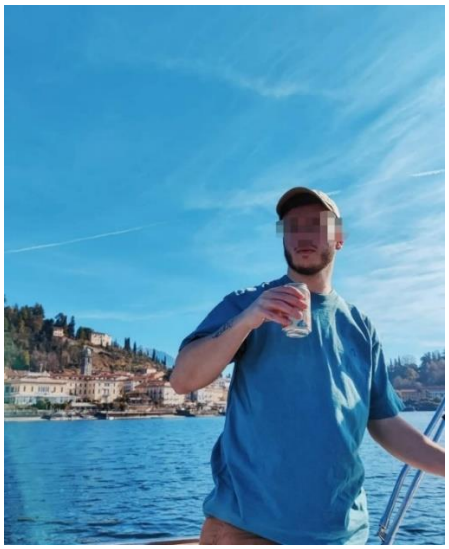

Imagen III.49. Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de exaltación de la autenticidad.

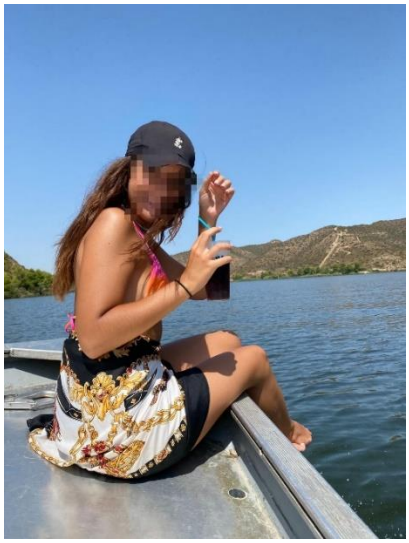

Imagen III.50. Perfil virtual de una usuaria de *Tinder*. Ejemplo de exaltación de la autenticidad.

A pesar de que tanto usuarios como usuarias adoptan el mandato de la autenticidad en la elaboración de sus autopresentaciones, es importante profundizar en cómo este afecta o interpela, más intensamente, a las mujeres, desde los marcos postfeministas contemporáneos antes detallados.

A partir de un ejercicio de resignificación del empoderamiento, las mujeres se enfrentan particularmente a la contradicción entre, por un lado, la necesidad de rebelarse al mandato estético y (auto)aceptarse, pero, por otro, someterse a la tiranía de la "naturalidad simulada". Esto es lo que Gill y Orgad (2017) han conceptualizado como

"confidence culture"[56] la cual, según su enfoque, "calls into being positive affect tied to self-help, happiness and empowerment"[57] (pág. 30). Esta cultura de la confianza actuaría como una tecnología de subjetivación de género y representa una nueva forma de autogobierno y autoregulación para las mujeres. Se basa en plantear que la falta de confianza de las mujeres en sí mismas, que les impide mostrarse auténticas, es el obstáculo principal para su emancipación, éxito y felicidad, enfocándola como "an individual and personal matter, unconnected to structural inequalities or cultural forces"[58] (Gill y Orgad, 2017, pág.19)

La emancipación (psicológica), conceptualizada como la confianza en una misma, participa en el capital erótico. Lo bello es lo natural/ auténtico, que se expresa desde la autoaceptación y/o autoconfianza, pero para potenciar aquello que "son" es necesario someterse a una serie de experiencias de consumo, que permitan ocultar su naturaleza simulada. Es decir, el mandato de autenticidad, que actúa como expresión de seguridad y reconciliación con una misma, trata de vincular la deseabilidad social/atractivo físico con la autoconfianza. Así:

> If confidence is the new sexy, the insecurity (in women) is undoubtedly the new ugly. If confidence is deemed the desirable 'healthy' state - at work, as a parent, and in heterosexual relationships, then lack of confidence is unhealthy and can even become lethal. Self-doubt and lack of confidence are presented as toxic states[59] (Gill y Orgad, 2017, pág. 27).

Por tanto, la (auto)confianza y la autenticidad son importantes porque son instrumentales para aumentar el capital erótico. Se persigue la transformación de la identidad femenina (presentada como deficitaria y artificial) aproximándola a marcos de sentido culturalmente masculinos: naturalidad, elevada autoconfianza y rechazo de la duda como expresión de vulnerabilidad y debilidad.

Además, se moviliza un proceso de competencia entre mujeres que rechaza lo exuberante, la impostura y la expresión de su carácter "actuado" (Goffman), en tanto que perturba la fluidez del relato de autopresentación, basado en la autenticidad. Esto induce un proceso de vigilancia y sospecha entre pares que promueve esta *performance* de autenticidad y regulación identitaria. Tal proceso de vigilancia prescribe lo que se

[56] Cultura de la confianza.
[57] hace aflorar el efecto positivo ligado a la autoayuda, la felicidad y el empoderamiento.
[58] una cuestión individual y personal, ajena a las desigualdades estructurales o a las fuerzas culturales.
[59] Si la confianza es lo nuevo sexy, la inseguridad (en las mujeres) es sin duda lo nuevo feo. Si la confianza en una misma se considera el estado "saludable" deseable -en el trabajo, como madre, y en las relaciones heterosexuales-, la falta de confianza no es saludable y puede incluso llegar a ser letal. La duda en una misma y la falta de confianza se presentan como estados tóxicos.

admite como espontáneo y lo que se rechaza como estratégico. De modo que las mujeres se ven impelidas, por su condición de alteridad, paradójicamente, a una revisión y anticipación casi obsesiva de la mirada y aprobación del otro, las cuales suponen un trabajo minucioso en la presentación pública, al mismo tiempo que se las reclama espontaneidad y autenticidad:

> *"Intentaba huir de poner fotos más, m… como provocativas". I11, 25*
>
> *"Algo que no hacía era lo de ponerme fotos en bikini, cosas así me parecía como too much sexualizado". I12, 27.*
>
> *"Entonces no subía fotos ni en bikini, en ropa interior mucho menos como, bueno, trataba de mostrar cierto atractivo sin necesariamente estar con poca ropa". I29, 34.*

Se trata de señalar un distanciamiento, que marca y recuerda las normas de la trama. Esta exigencia de espontaneidad condena toda posible exhibición de manipulación, estrategia o interés en la presentación pública, como es, explicitar sus intenciones en la aplicación con una finalidad instrumental:

> *"Mi criterio era para elegir fotos, eh… una que se me viese la cara, no un selfie, pero alguna como que se viese, en plan, bien de cara, no en el quinto pino. Otra, rollo, pues que se notasen mis gustos, bien de viajes o de naturaleza, y eso, qué me gusta más. Y otra, eh… bueno, pues un poco, en plan, bikini y eso, como un poco pues: 'mira, eh… vengo aquí, a lo que vengo', ¿sabes?, porque yo creo que así, como que se mostraba un poco, eh… no busco nada serio" I8, 26.*

De este modo, el éxito en esta performance de naturalidad se convierte en uno de los más importantes criterios de éxito en el mercado afectivo o de citas:

> *"Si era la típica que era un puto cuadro y que tenía veinte filtros de Snapchat directamente pasaba" I23, 24.*

Sin embargo, esa autenticidad que se reclama, celebra y proclama choca con la racionalidad expuesta mediante un cálculo premeditado y cuidado de los perfiles, de la presentación del sí mismo y la búsqueda constante de la eficiencia en la toma de decisiones.

Asimismo, y tal como se destacaba, se hace especial hincapié en la singularidad, en la importancia de decidir y elegir quién quieres ser, lo que podría hacer pensar en el éxito simbólico de los registros feministas. Sin embargo, aunque, por un lado, se incorpora, la crítica feminista y rechazo a la imposición de una identidad femenina construida desde

una perspectiva androcéntrica y la falta de capacidad de decisión de las mujeres sobre sus propias formas de ser y sentir, por otro lado, esta crítica es reinterpretada en clave individual: la obligación de construir una identidad propia a partir de una intervención de auto-mejora y auto-regulación obsesiva. Se pone de manifiesto la necesidad constante de reinventarse, reajustarse en esa constante actualización de las fotos que se publican en el perfil virtual.

> *"Es verdad que yo me iba cambiando las fotos bastante, a menudo, pero porque, a lo mejor, me desinstalaba la aplicación y, luego, me la volvía a instalar a los meses. Entonces, cada vez que hacía eso pues me volvía a cambiar las fotos" I11, 25.*

> *"O sea, yo intentaba que, por ejemplo, mis fotos sí que fueran bastante actuales. Y, de hecho, como que las iba actualizando, conforme me iba haciendo fotos, las iba actualizando." I5, 23.*

Una permanente autovigilancia no hace sino reproducir esa concepción androcéntrica, ya que esas decisiones individuales, moldeadas en función de estructuras patriarcales y neoliberales, no alteran sino reproducen la estructura y orden social patriarcal. Además, presentar la versión más auténtica y segura de una misma, sometiéndose a continuos procesos de autorevisión, activan dispositivos que se sitúan e inciden en la introspección, el autoconocimiento o la autoconciencia, así como intensifican una relación con una misma en términos deficitarios. Estos procesos introspectivos, desde discursos psicologicistas profundamente individualistas y despolitizadores, son proyectados como solución a todos los problemas, sin atender, en muchas ocasiones, el carácter sistémico de los mismos.

Por tanto, estos discursos postfeministas que exaltan la autenticidad y la autoconfianza en una misma configuran una nueva forma de impeler a las mujeres a autorregularse, interviniendo en sus cuerpos y en la psique, de modo que ellas ahora no solo tienen que ajustarse a través de un ejercicio de ingeniería del cuerpo a los cánones estéticos, sino que deben también transformar su identidad, en donde no debe haber espacio para la vulnerabilidad ni la duda o ambivalencia sino solo para la obligatoria confianza y amor a una misma.

Así, y por último, quizás lo óptimo, tal como plantea Mona Chollet (2022), sea reflexionar sobre qué parte de dichas acciones que se desarrollan en el contexto de las aplicaciones de citas proviene del propio deseo y qué parte y/o en qué proporción se debe a la necesidad de validación social externa para construir, especialmente, la propia identidad femenina.

CONCLUSIONES.

En la contemporaneidad posmoderna y digital confluyen y/o perviven a un mismo tiempo procesos de transformación y reproducción social de los mandatos y dinámicas tradicionales de género. Estos procesos se encuentran permeados por la difusión de marcos interpretativos neoliberales de las relaciones asimétricas de género y de las reivindicaciones/demandas feministas de igualdad sobre todo, de empoderamiento y libertad. Estos nuevos marcos (re)interpretativos se orientan a producir subjetividades de género productivas susceptibles de apuntalar los fundamentos radicales del neoliberalismo y de reformular las estructuras de desigualdad y neutralizar las demandas feministas de transformación social. Aunque se incorporan dichas demandas y reivindicaciones, estas son reinterpretadas y reorientadas en términos mercantiles, individualizándolas y despojándolas de su valor transformador. Específicamente, la cultura postfeminista despliega unas tecnologías de subjetivación de género centradas, especialmente, en la conformación de nuevos arquetipos de feminidad supuestamente alcanzables a través de proyectos de interpelación ética neoliberales, como la autovigilancia, autorregulación y autoexigencia de una misma. Estas últimas cuestiones vehiculan el dogma neoliberal de la gestión de uno/a mismo/a para conseguir el éxito, así como la culpabilización de la persona si se produce un fracaso, produciendo una psicologización de los marcos interpretativos con los que se afronta la desigualdad estructural.

Las disposiciones generizadas se inscriben y materializan en los cuerpos, especialmente en el caso de los cuerpos leídos, reconocidos y/o configurados como femeninos, colocando a las mujeres en una posición deficitaria. Por eso, son diversas las estrategias de gobierno del cuerpo que se despliegan para adaptarlo y ajustarlo a estándares estereotipados mediante los que delimitar la identidad femenina. Una de las situaciones en donde más intensamente se activan dinámicas y roles de género es en los rituales de cortejo y emparejamiento, no solo debido a que las relaciones humanas se encuentran mediadas por comportamientos estereotipados y conductas normativas, sino también porque en estos rituales se despliegan y/o negocian las autopresentaciones (identidades) buscando el reconocimiento de la mirada de un/a otro/a específico/a. Además, la configuración de la identidad femenina ha estado determinada por otorgar una sobredimensionalizada importancia a la creación y mantenimiento de relaciones interpersonales (al amor).

Los resultados de esta investigación muestran cómo las redes sociales y plataformas digitales impactan en estos procesos de configuración de subjetividades y relaciones de género intensificando y reformulando dichos mandatos y roles de género, debido, por

un lado, a las propias condiciones y características que posee la virtualidad, que refuerzan el proceso por el que los sujetos se convierten en objeto de escrutinio de sí mismos y promueven que la configuración de la identidad se torne más premeditada y ajustada a los requerimientos de un mercado de "miradas". Por otro, debido a tal contexto neoliberal de reinterpretación de las estructuras de desigualdad. Por ello, es fundamental, tal y como se hace en esta investigación, explorar y analizar cómo se (des)hace género a través de la aplicación de citas de *Tinder*. El uso de esta plataforma digital constituye un fenómeno, que acontece en la contemporaneidad, del que no se posee un conocimiento profundo sobre sus posibles implicaciones y alcance. Se ha tratado de cartografiarlo con el objetivo de explorar y definir tanto sus posibilidades como los desajustes que puede provocar sobre sus usuarios/as, en la medida en que esta aplicación puede contribuir a intensificar y modificar las dinámicas por las cuales se conforman y negocian las subjetividades y relaciones asimétricas de género.

En este proceso, son varios los hallazgos y conclusiones que se han obtenido. De forma transversal, se confirma, tal y como ya se puso de manifiesto en otros estudios, que *Tinder* es un espacio de virtualidad en donde se reproducen o se continúan los procesos de relacionalidad y negociación y/o conformación de las identidades que tienen lugar en la interacción social *offline*. Por tanto, este entorno virtual no anula, sino que reproduce e incluso intensifica las tecnologías patriarcales de producción de relaciones asimétricas de género. No obstante, al mismo tiempo, se introducen nuevas tecnologías de subjetivación, potencialmente subversivas, pero cuyo potencial herético se ve neutralizado por dinámicas neoliberales de desactivación de semas feministas.

Esto pone de manifiesto varias cuestiones. En primer lugar, la importancia de la dimensión relacional e intersubjetiva y de la interacción social en la conformación y validación de las identidades. En la presentación que se hace de uno/a mismo/a ante los demás y en el intercambio social se pone en juego, de forma continua, la configuración de la propia identidad. Esto se intensifica en la contemporaneidad de la modernidad tardía, acelerada y velozmente mutable en donde, además, las nuevas tecnologías posibilitan multiplicar las interacciones e inducen que los individuos se cuestionen y renegocien constantemente, promoviendo que sus identidades sean cada vez más complejas, inestables y susceptibles de ser remodeladas.

En los procesos de digitalización de la identidad, se desvela que las identidades virtuales siguen siendo construcciones intersubjetivas, esto es, se construyen por y para los/as otros/as. Sin embargo, en el mundo *online* (que carece de algunas de las herramientas que aporta la interacción social *offline* para el desarrollo de la presentación pública) se

produce una intensificación de estas demandas. A esto se suma ese contexto de colonización neoliberal en el que la virtualidad surge y se desarrolla, profundamente psicologizante e individualizador. Tal confluencia de factores promueve que las identidades virtuales sean más reflexivas, premeditadas, racionalizadas y adaptadas a los requerimientos de un mercado de "miradas", "*likes*", "*matches*", etc.; de modo que se intensifican los procesos de optimización estética. En el caso concreto de la aplicación de *Tinder*, se ha creado una especie de mercado de la transacción íntima, en donde hay unos ganadores y perdedores, y en el que los/as usuarios/as tienen que competir unos/as contra otros/as en el catálogo o escaparate de productos, un éxito que se mide en función de la deseabilidad social recibida mediante la conquista de *likes* y *matches.* Esta estrategia de subjetivación que activa rituales del reconocimiento, por tanto, posee una gran importancia simbólica y fuerza movilizadora, e impacta en la construcción de los propios auto-conceptos de los/as usuarios/as. Tales estrategias de consecución de *likes* o *matches* performan, pues poseen capacidad disciplinante (promueven el auto-cuestionamiento y revisión del sí mismo) fundamentada en el acceso al anhelado reconocimiento.

Otra de las cuestiones que se revelan de los procesos de conformación de las identidades en el espacio virtual es que se intensifica el efecto de auto-objetivación mediante el que el/la usuario/a se convierte en un yo cosificado reflejado en una pantalla. Esto intensifica un imperativo de continua modificación e ingeniería para ajustarse a los cánones estéticos establecidos, por la hipervisibilidad del yo que propicia el espacio virtual. Es mediante este proceso de cosificación cómo la persona se transforma en un producto y una marca, es decir, en un objeto que pretende venderse y autooptimizarse como exclusivo en un mercado masificado.

Dicha auto-objetivación se encuentra vinculada a la autodefinición en términos de exposición del cuerpo, que constituye un recurso habitual en estos espacios virtuales, pues el uso de imágenes en la autopresentación resulta imprescindible para la conformación de la legitimidad pública. Así, se demuestra que en la creación del perfil virtual en la aplicación de *Tinder* se lleva a cabo una gestión estratégica y calculada de las impresiones, en el sentido de Goffman, especialmente, porque en este tipo de aplicaciones, la primera impresión que desarrollan los/as usuarios/as de los demás se construye a partir de la/s foto/s de perfil escogida/s. Por ello, el perfil virtual se revela como una especie de carta de (auto)presentación en donde se tratan de destacar aquellas cualidades de su ideal del yo, que puedan resultar más atractivas y vendibles. Esto es, se demuestra que se lleva a cabo una gestión estratégica del yo con el objetivo de atraer la aprobación de los/as otros/as. Dicho de otra forma, los individuos, a través

de la estilización de su propio yo, promueven su mercantilización. De este modo, la identidad se configura como un espectáculo (Debord, 1967/1999), en donde las redes sociales magnifican y multiplican los escaparates en los que se reclama y negocia reconocimiento y legitimidad pública, lo que afecta, de forma particular, a aquello/a/es que se encuentran en una posición subalterna.

Asimismo, esa sobredimensionada importancia otorgada a la presentación física promueve el sometimiento de los cuerpos a intensos procesos de observación, revisión y escudriñamiento. Induce una (ultra)conciencia de que las presentaciones virtuales de sí mismos/as, especialmente, de sus corporalidades, van a ser sometidas a juicio y contar con las herramientas para poder realizar los ajustes necesarios promueve que los individuos desarrollen un trabajo casi obsesivo de remodelación, para ajustarse a los estándares normativos de lo que se entiende culturalmente como un cuerpo atractivo. Por tanto, se produce una intensificación de los mandatos estéticos normativos e imperativos de la imagen.

Por otro lado, *Tinder* se desvela como una red social que hace posible no solo la construcción de la identidad, sino también la expresión de la afectividad y el establecimiento de contactos y vínculos, entre otras funciones. El *marketing* empleado instrumentaliza la necesidad de las personas de seguir buscando "un/a otro/a significativo/a" que aporte certidumbre en el contexto contemporáneo incierto de la posmodernidad, confirmando la importancia del apego y reconociendo el carácter interdependiente (no autónomo) del individuo. Su popularidad radica en multiplicar las opciones disponibles al alcance de la mirada para la creación de estos vínculos socio/sexo-afectivos, su facilidad de uso y su expansión a todos los estratos de la sociedad, pues no es necesario poseer una versión *Premium* de la aplicación para obtener un uso óptimo de la misma.

Sin embargo, y paradójicamente, a pesar de que es una plataforma dirigida a establecer contactos interpersonales, promueve un individualismo exacerbado. El hecho de tener tantas opciones de perfiles virtuales entre los que elegir provoca una sobre-estimulación y saturación, que, sumada a la demanda de instantaneidad, puede conllevar dinámicas de consumo de *matches*. Estas dinámicas pueden plantear una mayor inestabilidad en las relaciones que se construyen, y una menor disposición a comprometerse con otras personas sin una motivación concreta. Puede también inducir procesos de precarización, especialmente porque se promueve una cosificación y/o deshumanización de los/as usuarios/as. Es decir, la interacción simbólica a través de una pantalla refuerza la visión masculina (o de una masculinidad hegemónica) del otro/a

como mero instrumento accesorio para satisfacer las necesidades propias, en donde las necesidades de este/a otro/a quedan invisibilizadas. Así, se niega la interdependencia y se prioriza el interés individual.

Sin embargo, estas características idiosincráticas de la aplicación podrían también provocar que los procesos de digitalización de la identidad reformulen la configuración de las identidades y subjetividades de género por diversas razones. En primer lugar, la auto-objetivación que imponen los procesos de identificación digital promueve que se transgredan, en parte, las normas de género, puesto que los hombres se ven abocados a convertirse también en objeto de un ejercicio de enjuiciamiento valorativo sobre sus corporalidades. Sin embargo, el contexto de mediación y amplificación tecnológica intensifica una perspectiva cosificadora de los cuerpos de las mujeres en estos entornos, reforzando y apuntalando los mandatos de género.

En relación a esta cuestión, también se podría desestabilizar, al menos parcialmente, el orden de género dado que la validación social que supone recibir *likes* y conseguir *matches* en la aplicación de citas de *Tinder* también se extiende a los varones. En cambio, el análisis evidencia que el efecto de dicha validación social tiene una mayor repercusión en la autoestima, así como en los procesos de elaboración del propio autoconcepto, en las usuarias, precisamente por el hecho de que la identidad femenina se encuentra históricamente construida por la mirada de los otros (masculinos). Dicha validación implicaría para ellos más un reconocimiento social por parte de sus iguales, influido por el prestigio obtenido en función de la cantidad o la acumulación de *likes* recibidos.

Asimismo, esa continua sobreexposición del cuerpo que implican estos entornos provoca que la histórica y tradicional preocupación inoculada a las mujeres por la presentación pública se extienda también a los varones, de modo que los jóvenes varones reconocen esa preocupación por ajustarse a los cánones estéticos normativos. No obstante, las mujeres se sienten más interpeladas frente a la exigencia social de participar en un ritual de auto-cuestionamiento y ajuste a un ideal del yo, por la construcción androcéntrica de la identidad femenina como deficitaria, provocando que el proceso de reconciliación con una misma sea especialmente intenso. Esto induce a las mujeres a adoptar una disposición constante a ajustar su (re)presentación a los estándares normativos estéticos a fin de ganar reconocimiento y validación como mujeres valiosas (atractivas).

En segundo lugar, las mujeres desafían potencial y parcialmente la demanda de género de pasividad, al convertirse en agentes en la toma de contacto y búsqueda de vínculos

sexo-afectivos, tanto por descargarse y usar la aplicación como por la posibilidad de iniciar las interacciones a través del chat. Sin embargo, simultáneamente, ellas tienen que enfrentarse a una cierta estigmatización social precisamente por usar esta aplicación, ya que supone una violación de las expectativas de género sobre lo que es adecuado o no para las mujeres. Por tanto, mediante esa estigmatización se trata de reinstaurar el orden de género.

En el caso de las identidades, expresiones de género y sexualidades disidentes, se observa que, debido a la ultraconciencia de verse sometides al juicio de la mirada del otro y de su posición disidente, no solo se reproduce el cuidado estético de los perfiles virtuales, sino que incluso la preocupación por la opinión de los demás se intensifica. Es decir, el estigma (la exclusión) que soporta la disidencia, por subvertir la norma, que se establece y reproduce en la interacción cotidiana (Goffman), promueve que se intensifique la propia autoconciencia de que se es disidente y la dependencia de la validación pública, pues se necesita del reconocimiento del/a otro/a para ser, por la dimensión intersubjetiva de la identidad.

Asimismo, se constata que el éxito (*likes y matches*) en el mercado de los reconocimientos y miradas que suelen recibir las presentaciones de usuaries con expresiones identitarias disidentes suele ser menor, por lo que esta falta de aprobación social funcionaría como mecanismo disciplinador y de llamada al orden de género. No obstante, de forma paradójica y al mismo tiempo, solo en el caso de sus perfiles virtuales se han encontrado (auto)presentaciones alejadas o que desafían, parcialmente, los cánones estéticos normativos. De modo que las identidades de género también influyen y/o conforman las performances de género.

Por tanto, *Tinder* se desvela, por un lado, como dispositivo que puede subvertir parcialmente y/o potencialmente los roles y mandatos de género tradicionales pero que, sin embargo, simultáneamente reproduce y refuerza estos roles y mandatos de género tradicionales, debido a que dicha subversión parcial y/o potencial va a ser reorientada por las tecnologías de género exacerbadas por la propia aplicación.

Profundizando en el reforzamiento e/o intensificación de mandatos tradicionales de género, se evidencia, en primer lugar, que, en la elaboración y negociación de la presentación pública en la aplicación, los/as sujetos/as performan la feminidad y la masculinidad, autorrepresentada y negociada, a través de la producción de un contenido de género ampliamente reavivado y reafirmado. Así, en los perfiles virtuales de los usuarios se performan mandatos de la masculinidad más hegemónica, vinculados a la exhibición de poder, de fuerza, de valentía y de exposición al riesgo, de forma

exacerbada. En el caso de los perfiles virtuales de las usuarias, se opta por una puesta en escena amplificada de la feminidad a través del recurso a posturas estilizadas y vestimentas claramente feminizadas, así como a expresiones de delicadeza, bondad y dulzura. Se observa que las mujeres en la realidad *online* cuentan con más herramientas para adaptar su imagen reflejada a los cánones normativos, de modo que los refuerzan. Además, aunque también los usuarios exhiben su cuerpo como parte de su capital erótico, las usuarias suelen instrumentalizar su atractivo físico para conseguir un mayor número de *likes* o *matches* en mayor medida que los varones.

En segundo lugar, la misma aplicación también moviliza una serie de tecnologías específicas que inducen rituales de producción y apuntalamiento de las relaciones y subjetividades de género tradicionales. Un ejemplo clave es el desigual reparto de roles dentro de la aplicación, según el cual los hombres toman la iniciativa para comenzar los chats y las interacciones virtuales y las mujeres se exhiben para la mirada, esperando a ser deseadas y funcionando como objetos observables.

Otro modo de afirmar dichos roles es a través de los procesos de racionalización y explicación sobre qué se busca en esta aplicación. En el caso de los varones, lo habitual suele ser que se recurra a una exacerbación del estereotipo tradicional de género por el que los hombres tienden a buscar vinculaciones esporádicas, a modo de reforzamiento de la masculinidad. En cambio, en el caso de las mujeres, las expectativas de género se manifestarían en su declaración de búsqueda de vínculos más estables, y en la estigmatización que reciben aquellas que declaran explícitamente poseer unas intenciones meramente instrumentales en los procesos de encaje

Otra performance de género se evidencia en los criterios de selección de las parejas. Las mujeres suelen ser más exigentes a la hora de elegir qué perfiles van a apoyar. Esta mayor exigencia se vincula con una visión estereotipada de los procesos de emparejamiento, en donde se insta a las mujeres a ser muy cuidadosas en sus elecciones. En primer lugar, apelando al potencial riesgo al que se exponen al vincularse. En segundo lugar, debido a los repertorios interpretativos socialmente establecidos para otorgar significado a los vínculos afectivos contemporáneos, que, por un lado y paradójicamente, reactualizan el modelo del amor romántico e inciden en la importancia de encontrar al hombre adecuado, al mismo tiempo que expresan normas del sentir neoliberales más androcéntricas, hiperracionalizadas y frías. Por su parte, los hombres, como desempeño de su masculinidad, pasan menos tiempo que las mujeres en valorar los perfiles de otras usuarias. Ellos se muestran menos selectivos pues

entienden el proceso de elección como un mero instrumento para satisfacer sus deseos, sin mayor carga simbólica y cuestionando su trascendencia.

Otra de las tecnologías en manos de la aplicación que induce rituales de reproducción de asimetrías de género está vinculada al algoritmo de *Tinder*. Este favorecería que hombres de más edad contacten con mujeres jóvenes que poseen menor poder adquisitivo y nivel cultural. Aunque esta asimetría se ha tratado de justificar como una simple reproducción de la realidad social *offline* (Duportail, 2019), en el caso de esta investigación no se refleja de forma tan clara esa tendencia o predilección de las mujeres por hombres de mayor edad. En el caso de aquellas mujeres que sí buscan usuarios de mayor edad, justifican dicha preferencia a partir de la atribución a los hombres de mayor edad de rasgos como la madurez. Se evidencia así una división de género que orienta el deseo de las mujeres hacia espacios de afirmación de la masculinidad.

En el caso de los varones, se constata que esas categorías sociales no solo no son decisivas en sus rituales de selección, sino que incluso son disuasorias. En otros casos, algunos varones establecen una distinción jerárquica en función de la naturaleza y trascendencia de la relación. Así diferencian entre, por un lado, las mujeres dignas, con las que desarrollar relaciones proyectadas en el tiempo y, por otro, mujeres con las que solo se vincularían de forma instrumental. En cualquier caso, consideran más importante la deseabilidad social (atractivo sexual) que les suscite la usuaria a que disponga de un determinado capital sociocultural y económico. Es decir, las mujeres deben puntuar en capital erótico, por encima del resto de capitales, afirmando su papel pasivo de objeto deseado o que debe suscitar deseo.

En tercer lugar, otra de las formas a través de las que *Tinder* amplifica mandatos y dinámicas de género tiene que ver con la activación de determinadas normas del sentir (Hochschild, 1983, 2008). La activación de ciertos repertorios emocionales como el miedo, el pudor, la vergüenza, la culpa o, incluso, el asco, conforman un *habitus* emocional por el cual la persona responde a normas sociales acerca de qué significa la feminidad y la masculinidad. Es decir, regulan los arquetipos de género. El pudor y/o vergüenza por la exposición a la opinión de los demás se vivencia más intensamente en el caso de las mujeres, precisamente por el constante juicio y presión estética, antes mencionados, a los que estas y sus cuerpos se enfrentan. Esto puede llevar a un sentimiento de insuficiencia, ya que el criterio ajeno (que es la fuente de valor) es caprichoso y cambiante, pues depende de los intereses del mercado de los *matches*, modulándose así en función del contexto e intermediado por la estructura social androcéntrica y patriarcal. También, la estigmatización que sufren por la descarga de la

aplicación puede promover que se sientan avergonzadas ante la expectativa de no cumplir con el arquetipo de "buena mujer". En el caso de los varones, dicha estigmatización induce una cierta vergüenza, pero vinculada más a un posible cuestionamiento de su competencia en la conquista, sometiendo a juicio su masculinidad.

La consecución de *matches* y/o interacciones virtuales a través del chat también activa unos determinados repertorios emocionales mediante los que se hace género. Algunos varones se sienten decepcionados, avergonzados o frustrados cuando no consiguen demasiados *matches*, por cuestionar su rol de conquistadores. En cambio, en el caso de las mujeres, resulta más raro quejarse por recibir pocos mensajes que por recibir muchos, pues se coloca en el centro de la identidad femenina la deseabilidad social.

Otra de las situaciones que activan las normas del sentir y reavivan determinados mandatos de género está relacionada con las interacciones virtuales a través del chat de *Tinder.* Las mujeres suelen reportar más sensación de inseguridad y/o miedo ante la recepción de mensajes por parte de usuarios con los que no se quiere conectar o cuyo contenido puede resultar incómodo o violento a las usuarias. Asimismo, ellas, en su mayoría, refieren experimentar miedo en los encuentros presenciales con los contactos de la aplicación, en contraposición a los varones. Incluso es habitual que estos últimos demuestren un cierto rechazo a la expresión de emocionalidad o a posicionarse en una posición de debilidad. También, algunas mujeres refieren experimentar una cierta preocupación, e incluso ansiedad en el encuentro presencial, ante la expectativa de no responder a las representaciones creadas sobre ellas.

A esto se suma otra dinámica de configuración y consolidación de subjetividades y relaciones de género fundamentada en la incorporación de mandatos adicionales por parte del neoliberalismo. La contemporaneidad, tal como se mencionaba, también se caracteriza por la aparición y difusión de nuevos marcos de interpretación de las relaciones asimétricas de género. Este es el caso de la cultura postfeminista, que surge del propio modelo neoliberal y comparte alguno de sus fundamentos como el individualismo. Este neoliberalismo de género promueve una resemantización de los mandatos de género tradicionales (presentada como transformadora o transgresora) que dificulta, precisamente, su transformación o erradicación, contribuyendo no solo a su reproducción y apuntalamiento, sino también a la extensión de los fundamentos radicales del neoliberalismo. Estos mandatos adicionales de género también interpelan más intensamente a las mujeres, por esa interpretación de sus identidades como supuestamente deficitarias, que deben ser corregidas y compensadas, lo que conlleva

una exacerbada subordinación de las sujetas al autoescrutinio y autorregulación constante, tal como demanda la racionalidad neoliberal. Así, en esta interpelación deficitaria, las mujeres se configuran como diana del sujeto neoliberal ideal porque interiorizan dicha subordinación como resultado de su libertad de elección. Por eso, esa resemantización de los mandatos de género produce nuevas subjetividades femeninas, que refuerzan el ethos del sistema neoliberal.

Tales subjetividades postfeministas se fundamentan, en primer lugar, en reconceptualizar la cosificación histórica del cuerpo de las mujeres como una cuestión liberadora y empoderante, basada en el cultivo y explotación del propio capital erótico y sexual. Mediante esta resemantización se asume la demanda y reivindicación feminista de (re)apropiarse del propio cuerpo. Sin embargo, la acepción de empoderamiento que defienden supone un ejercicio de mercantilización del propio cuerpo, así como de perfeccionamiento de la imagen en tanto que capital erótico y sexual, a fin de competir en el mercado sexo-afectivo. De este modo, se induce una disposición en las mujeres a cultivar dichos capitales, a través de la auto-regulación, remodelación y exaltación de sus cuerpos, entendidos como condensadores metafóricos de la feminidad especular (identidad femenina), reproduciendo los mandatos de género y reconceptualizando este acto de subordinación como una acción de emancipación y liberación. Así, el empoderamiento, desde estos marcos postfeministas y neoliberales, se define como la capacidad para autocapitalizarse y automercantilizarse. Su consecución es responsabilidad absoluta de la sujeta lo que supone el sometimiento del *self* a procesos de auto-regulación y control, invisibilizando el papel que juegan las estructuras de desigualdad.

Estas lógicas profundamente individualistas guardan estrecha relación con miradas androcéntricas, de modo que las nuevas subjetividades postfeministas promueven la celebración y exaltación de marcos de sentido masculinos: de poder, de seguridad, etc. para alcanzar el éxito, lo que supone el rechazo y/o descalificación de lo femenino como algo defectuoso. Así, mujeres jóvenes en *Tinder* emplean imágenes en donde se (auto)(re)presentan con miradas desafiantes y/o poses chulescas. Sin embargo, estas poses desafiantes son performadas de forma sexualizada, por lo que se refuerza esa sexualización como elemento central de la identidad femenina. También, se trata de asemejarse al modelo relacional culturamente asociado a lo masculino y de reclamar dejar atrás el imaginario de mujer pasiva con un fuerte deseo de apego emocional. Sin embargo, este nuevo imaginario de mujer autónoma y autosuficiente constituye un arquetipo ajustado a los cánones neoliberales, pues se sustenta en un individualismo exacerbado, que instrumentaliza al otro para satisfacer las propias necesidades.

Desde esta retórica, se evidencia que, paradójica y contradictoriamente, se impele a las mujeres a cultivar su dimensión estética y a mostrarse sexualmente disponibles como estrategia de empoderamiento, al mismo tiempo que se las exige mostrarse como virtuosas. Es decir, las mujeres se exponen a mensajes contradictorios que refuerzan el (auto)cuestionamiento de sus modos de actuación, pues, a la vez que se les insta a cultivar su capital sexual, se las estigmatiza por hacerlo.

En segundo lugar, estas nuevas subjetividades postfeministas se centran en la exaltación (y mandato) de la autenticidad como estrategia emancipadora de las mujeres, pues actúa como expresión de seguridad y conciliación con una misma. En *Tinder*, se demuestra que la autenticidad y espontaneidad otorgan capital. Sin embargo, se trata de proyectar un yo auténtico en el perfil virtual pero idealizado o estilizado. Por tanto, esta práctica, más que resultado de una conducta espontánea, consiste en un proceso de ajuste y aprendizaje estratégico.

A partir de un ejercicio de resignificación del empoderamiento, las mujeres se enfrentan especialmente a la contradicción entre, por un lado, la necesidad de rebelarse al mandato estético y (auto)aceptarse, pero, por otro, la exigencia de someterse a un ideal del yo auténtico, es decir, de (auto)ajustarse a lo que se interpreta y/o construye como auténtico, que coincide con el arquetipo de feminidad solicitado culturalmente. Por eso, y paradójicamente, la solicitud de autenticidad actúa como una tiranía subjetivadora. Asimismo, por su condición de otredad, paradójicamente estas se ven impelidas a una revisión y anticipación casi obsesiva de la mirada y aprobación del otro, lo que supone un trabajo minucioso y constante de ajuste en la presentación pública, al mismo tiempo que se las reclama espontaneidad y autenticidad.

A pesar de que, por un lado, se incorpora, la crítica feminista de la imposición de una identidad femenina construida desde una perspectiva androcéntrica y la falta de control de las mujeres sobre sus formas de ser y sentir, por otro lado, esta crítica es reinterpretada en clave individual, ya que se demanda la construcción de una identidad propia a partir de una auto-mejora y auto-regulación obsesiva. Por tanto, actúa como una tecnología de subjetivación de género y representa una nueva forma de autogobierno para las mujeres. Se persigue la transformación de la identidad femenina aproximándola, de nuevo, a marcos de sentido masculinos: elevada autoconfianza y rechazo de la duda como expresión de vulnerabilidad y debilidad.

Así, desde estos discursos postfeministas profundamente individualistas y despolitizadores, se impele a las mujeres a autorregularse, interviniendo en sus cuerpos y en la psique, de modo que no son solo sus cuerpos sometidos a un ejercicio de

ingeniería para ajustarlos a los cánones estéticos, sino que deben también transformar su subjetividad, en donde no hay espacio para la vulnerabilidad, la tristeza, la duda o ambivalencia, ni para la queja o incluso la expresión de injusticia (desigualdad), sino solo para la obligatoria confianza y amor a una misma.

Por tanto, a través de este trabajo de investigación, se evidencia que, aunque este tipo de aplicaciones podrían actuar, al menos parcialmente, como espacios de desafío de los mandatos de la masculinidad y feminidad y empoderadores/emancipadores de las mujeres, paradójicamente contribuyen a forjar nuevos marcos de interpretación y consolidación de las relaciones asimétricas de género, con un marcado carácter neoliberal.

Asimismo, es necesario mencionar las propias limitaciones de este trabajo de investigación; pues, en primer lugar, no se ha conseguido observar con detalle la diversidad de formas de hacer género, en función de la orientación sexual de les usuaries y de identidades y expresiones de género disidentes, así como la forma en que vivencian este tipo de perfiles las disposiciones generizadas que se reproducen en *Tinder*. En segundo lugar, tampoco se ha podido observar, en profundidad, cómo impacta el origen étnico-racial de los/as usuarios/as en la experimentación de las normas de género y, por tanto, en la configuración de las subjetividades de género. Quizás, esto no ha sido posible, precisamente, por la sobrerrepresentación de perfiles convencionales que existe en esta aplicación, pero probablemente haber incorporado, de forma más estricta, una perspectiva interseccional podría haber evitado afirmaciones que hacen de las mujeres, por un lado, y los hombres, por otro, un colectivo homogéneo.

No obstante, tales limitaciones permiten abrir futuras líneas de investigación en donde se puedan observar exhaustivamente estas cuestiones, tal vez, en otras aplicaciones de citas en donde las disidencias tengan una mayor representación. Asimismo, también sería interesante para futuras investigaciones, ya que en el caso de este trabajo excedía el objetivo de investigación, ahondar en las violencias que las mujeres y las expresiones identitarias disidentes experimentan en este tipo de plataformas, donde el anonimato y la expulsión de los cuerpos de la interacción social podría intensificar la virulencia de las mismas.

A modo de cierre, en un orden social diseñado por la alianza de patriarcado-neoliberalismo, las plataformas digitales deben ser interrogadas analíticamente, debido al potencial sesgo androcéntrico y el carácter adaptativo del propio contexto socio-económico del neoliberalismo en el que surgen, capaz de reorientar dicha potencialidad neutralizando su potencial subversivo. En cambio, estos planteamientos que se

formulan no tratan de invalidar el reconocimiento de que simultáneamente se van abriendo nuevos caminos de subversión de las normatividades de género, especialmente, en tanto que, como Sonia Reverter-Bañón (2020) señala, los avances en igualdad de género siempre han ido y van acompañados de reacción patriarcal.

Del mismo modo, es necesario y se ha pretendido reflexionar sobre los límites borrosos y difusos que plantean este tipo de plataformas, y el contexto postfeminista en el que surgen, entre el repudio de los mitos románticos que promueven una dependencia de las mujeres de sus amantes, y el proyecto de presentar como empoderadores marcos neoliberales de competencia e instrumentalización de unos/as sobre otros/as. Pues, tal como Tenenbaum (2019) sostiene, a pesar de las nuevas circunstancias relacionales que impone la contemporaneidad de la modernidad tardía, de lo que se trata es de que "la falta de estabilidad no implique una precarización del otro, que la incerteza no tenga que ser miedo y que la impermanencia y la fugacidad no sean indiferencia sino oportunidad para el presente." (pág. 168).

Bibliografía

Abramova, O., Baumann, A., Krasnova, H., & Buxmann, P. (2016). Gender differences in online dating: What do we know so far? A systematic literature review. *2016 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)*, 3858-3867.

Acevedo, M. (2015). Una reflexión sobre los aportes de la Epistemología Feminista al campo de los Estudios Comunicacionales. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (54), 137-148.

Adamson, M. (2017). Postfeminism, neoliberalism and a 'successfully' balanced femininity in celebrity CEO autobiographies. *Gender, Work & Organization*, *24*(3), 314-327.

Ahmed, S. (2019). *La promesa de la felicidad: Una crítica cultural al imperativo de la alegría.* Caja Negra. Editora.

Aldrete, M. G. (2022). Análisis crítico del discurso con perspectiva feminista para analizar los discursos sobre feminicidio. Una propuesta metodológica de Latinoamérica. *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, (56), 153-176.

Alonso, L. E., & Callejo, J. (1999). El análisis del discurso: del postmodernismo a las razones prácticas. *Reis*, 37-73.

Alonso Pérez, E. (2021). *Amor líquido en la sociedad neoliberal de consumo: contextualización, conceptualización y reflexiones hacia el cambio.* [Trabajo de Fin de Grado]. Universidad Autónoma de Madrid.

Amparán, A. C., & Gallegos, A. L. (2000). El enfoque dramatúrgico en Erving Goffman. *Polis*, *2*, 239-255.

Amurrio Vélez, M., Larrinaga Rentería, A., Usategui Basozobal, E., & Del Valle Logroño, A. I. (2012). Los estereotipos de género en los/las jóvenes y adolescentes. *Donostia: Eusko Ikaskuntza*.

Anta Félez, J. L. (2016). El amor en la pantalla postcapitalista: Etnografía del deseo y la perfomatividad de los sentimientos. *Revista latina de sociología*, *6*(1), 72-84.

Anzani, A., Di Sarno, M., & Prunas, A. (2018). Using smartphone apps to find sexual partners: A review of the literature. *Sexologies*, *27*(3), 61-65.

Ardèvol, E., Bertrán, M., Callén, B., & Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, (3), 72-92.

Ardévol, E., Estalella, A., & Domínguez Figaredo, D. (2008). La Mediación Tecnológica en la Práctica Etnográfica (Technological Mediation in Ethnographic Practice). *ANKULEGI*, 9-30.

Astudillo-Mendoza, P. A., Figueroa-Quiroz, V. A., & Cifuentes-Zunino, F. (2020). Navegando entre mujeres: La etnografía digital y sus aportes a las investigaciones feministas.

Baker, D. T., & Kelan, E. K. (2019). Splitting and blaming: The psychic life of neoliberal executive women. *Human Relations*, *72*(1), 69-97.

Barreneche, S. M. (2019). La estilización del yo en redes sociales: la proyección on-line de la identidad personal como artificio semiótico. *DeSignis*, *30*, 77-89.

Barthes, R. (1977). *Image-music-text*. Macmillan.

Bauman, Z. (2021). *Amor líquido*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Bauman, Z. (2010). *Identidad*. Buenos Aires: Losada.

Benito, L. E. A. (1988). Entre el pragmatismo y el pansemiologismo. Notas sobre los usos (y abusos) del enfoque cualitativo en sociología. *Reis*, 157-168.

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.

Bozal, A. G., & Díaz, M. J. B. (2012). La construcción de la identidad de género, de la misoginia histórica a las nuevas perspectivas psicológicas de análisis. En *I Congreso Internacional*

de Comunicación y Género. Libro de Actas: 5, 6 y 7 de marzo de 2012. Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla. (pp. 176-199). Facultad de Comunicación.

Brown, W. (2015). *Undoing the demos: Neoliberalism's stealth revolution*. Mit Press.

Butler, J. (1990). *Gender trouble*. Routledge.

Butler, J. (2004). *Undoing gender*. Psychology Press.

Byrne, C. (2017). Neoliberalism as an object of political analysis: an ideology, a mode of regulation or a governmentality? *Policy & Politics*, *45*(3), 343-360.

Caballero, J. J. (1998). La interacción social en Goffman. *Reis*, 121-149.

Cabanas, E., & Illouz, E. (2019). *Happycracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas.* Barcelona: Planeta.

Carr, M., & Kelan, E. K. (2021). Between consumption, accumulation and precarity: The psychic and affective practices of the female neoliberal spiritual subject. *Human relations*, *76*(2), 258-285.

Casimiro, C. (2014). Portuguese online dating: exploring gender differences in self-presentations. *Teknokultura-Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, (1), 117-141.

Cavia Pardo, B. (2017). *Incorporaciones de género: la producción social de la identidad transexual en España.* [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid.

Cerrillo Vidal, J. A. (2009). El intermediario imposible. Algunas reflexiones en torno a epistemología y ética en la investigación cualitativa. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas,* 24.

Chan, L. S. (2021). *The politics of dating apps: Gender, sexuality, and emergent publics in urban China*. MIT Press.

Chollet, M. (2022). *Reinventar el amor: Cómo el patriarcado sabotea las relaciones heterosexuales*. Ediciones Paidós.

Chwe, H., Williams, A., & Robertson, R. (2023). "Hey Beautiful"; Race and Gender on Tinder. *Hawaii International Conference on System Sciences 2023 (HICSS-56)*. 2.

Cobo, R. (2017). *La prostitución en el corazón del capitalismo*. Los libros de la Catarata.

Cobo, R., & Ranea, B. (2020). Breve diccionario de feminismo. *Breve diccionario de feminismo*, 1-310.

Connell, R. W. (1997). La organización social de la masculinidad. *Masculinidad/es. Poder y crisis*, *24*, 31-48.

Crespo, E. (2015). Una nota sobre el sujeto de la identidad. *Papeles del CEIC. International Journal on Collective Identity Research*, (2), 1-10.

Criado, E. M. (1998). Los decires y los haceres. *Papers. Revista de Sociología*, *56*, 57-71.

Cuevas Revilla, C. (2021). *Sociología de los algoritmos. Analizando el algoritmo de Tinder*. [Trabajo Fin de Grado]. Universidad Complutense de Madrid.

Dávilo, B. (2016). Gobierno y subjetividad en el liberalismo y el neoliberalismo. *Oximora. Revista internacional de ética y política*, (8), 94-111.

Debord, G. (1999). *La sociedad del espectáculo* (J.Pardo, Trad). Pre-Textos. (Trabajo original publicado en 1967)

De Beauvoir, S. (2005). *El segundo sexo* (A. Martorell, Trad). Cátedra. (Trabajo original publicado en 1949)

De Miguel, A. (2015). *Neoliberalismo sexual: el mito de la libre elección*. Ediciones Cátedra.

Dessal, G. (2020). *Inconsciente 3.0: Lo que hacemos con las tecnologías y lo que las tecnologías hacen con nosotros*. Xoroi Edicions.

Duportail, J. (2019). *El algoritmo del amor: un viaje a las entrañas de Tinder*. Contra.

Durkheim, É. (1982). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Ediciones Akal.

Duval, E. (2021). *Después de lo trans: sexo y género entre la izquierda y lo identitario*. La Caja Books.

Echagüe, M. I. M. (2015). Cultura de gimnasio. Significados y usos del cuerpo. *XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires*.

Ellis, C., Adams, T. E., & Bochner, A. P. (2015). Autoetnografía: un panorama. *Astrolabio*, (14), 249-273.

Erikson, E. H. (1968). *Identity youth and crisis*. WW Norton & company.

Escobar, M. (2018). Tesauro de la autoidentidad.

Escobar, M., Montes, E., & Sánchez-Sierra, M. (2014). Sintaxis y semántica de la identidad contemporánea: estudio de la configuración de la identidad personal a través de la autodescripción. En *Crisis y cambio. Propuestas desde la Sociología: actas del XI Congreso Español de Sociología. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. 10-12 de julio de 2013* (Vol. 2, pp. 961-971).

Escobar, M., Revilla, J. C., & Sánchez-Sierra, M. (2018). La influencia de la situación y el entrevistador en la expresión de la identidad personal. *Revista internacional de sociología*, *76*(3), 101-101.

Estalella, A. (2022). Ética de la investigación para las ciencias sociales. *Madrid: Universidad Complutense de Madrid*.

Estalella, A., & Ardévol, E. (2007). Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet. En *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research* (Vol. 8, No. 3, p. 19). DEU.

Estalella, A., & Ardévol, E. (2011). E-research: desafíos y oportunidades para las ciencias sociales. *Convergencia*, *18*(55), 87-111.

Esteban, M. L. (2011). Crítica del pensamiento amoroso: Temas contemporáneos. *Edicions Bellaterra*, 1-496.

Esteban, M. L. (2013). *Antropología del Cuerpo: Género, itinerarios corporales, identidad y cambio. Segunda edición*. Barcelona: Edicions Bellaterra.

Etchezahar, E. (2014). La construcción social del género desde la perspectiva de la Teoría de la Identidad Social. *Ciencia, docencia y tecnología*, (49), 128-142.

Eyzaguirre, L. B., Parrado, M. E. M., & de Marcos Fernández, C. (2022). Tinder desde una perspectiva de género: autenticidad y simbolismo en la práctica comunicativa. En *Los Derechos de las Mujeres en la era de Internet* (p. 52). Universidad de Granada.

Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. (3 de Diciembre de 2018). Selfies, auto-pornificación y otras prácticas ordinarias digitales. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=zJzAX61sWHU

Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Psychology Press.

Farrell, M. D. (1989). Libertad negativa y libertad positiva. *Revista del Centro de Estudios Constitucionales*, (2), 9-20.

Fernández Villanueva, C. (2003). *Psicologías sociales en el umbral del siglo XXI*. Editorial Fundamentos.

Ferrer-Pérez, V. A. (2017). *Feminismo y psicología social*. Grupo 5.

Fiore, A. T., Taylor, L. S., Mendelsohn, G. A., & Hearst, M. (2008, April). Assessing attractiveness in online dating profiles. En *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* (pp. 797-806).

Follari, R. (2010). Reflexiones sobre posmodernidad, multiculturalismo y movimientos sociales en la Latinoamérica actual. *Utopía y praxis latinoamericana*, *15*(49), 53-68.

Fraser, N. (2015). *Fortunas del feminismo: Del capitalismo gestionado por el Estado a la crisis neoliberal*. Instituto de Altos Estudios Nacionales del Ecuador.

Freixas Farré, A. (2001). Entre el mandato y el deseo: la adquisición de la identidad sexual y de género. *La educación de las mujeres: nuevas perspectivas,* 23-31.

Froidevaux-Metterie, C. (2018). *Le corps des femmes: la bataille de l'intime*. Philosophie magazine éditeur.

Gallegos Argüello, M. D. C. (2012). La identidad de género: masculino versus femenino. En *Libro de Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género.(pp. 705-718). Sevilla: Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla*.

Gálvez, A. A. C. (2021). Masculinidades virtuales. Un estudio comparado del cuerpo gay a través de Grindr y Tinder. *Estudios LGBTIQ+, Comunicación y Cultura*, *1*(1), 91-101.

García Jiménez, A. y Núñez Puente, S. (2008). Apuntes sobre la identidad virtual de género.

García, J. Z. (2019). Shining alone. Analizando la visibilidad online como activo del sujeto empresarial. *Oxímora. Revista Internacional De Ética Y Política*, (14), 61-77.

García, M. R. (2011). De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal. *Quórum académico*, *8*(15), 78-94.

Gergen, K. J. (1992). *El yo saturado*. Paidós.

Giddens, A. (1995). *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea.* Península.

Gill, R. (2007). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European journal of cultural studies*, *10*(2), 147-166.

Gill, R. (2008). Culture and subjectivity in neoliberal and postfeminist times. *Subjectivity*, *25*, 432-445.

Gill, R., & Scharff, C. (Eds.). (2013). *New femininities: Postfeminism, neoliberalism and subjectivity*. Springer.

Gill, R. (2017). The affective, cultural and psychic life of postfeminism: A postfeminist sensibility 10 years on. *European journal of cultural studies*, *20*(6), 606-626.

Gill, R. & Orgad, S. (2017). Confidence culture and the remaking of feminism. *New Formations*, 91(91), 16-34.

Goffman, E. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

Gordo, Á. J., & Serrano, A. (2008). *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*. Pearson Educación.

Gracia, E., Ramos, J., & Moliner, C. (2014). El trabajo emocional desde una perspectiva clarificadora tras treinta años de investigación. *Universitas Psychologica*, *13*(4), 1517-1529.

Grau, B. E., & Ramos, A. M. G. (2018). Cuerpos, mujeres y narrativas: Imaginando corporalidades y géneros. *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, *18*(2), 1956.

Guastar Ramírez, A. N. (2020). *Construcción de las identidades digitales en Tinder entre la Generación Z.* [Trabajo Fin de Grado]. Pontificia Universidad Javeriana

Gutiérrez, J. M. S. (2016). Empresa, poder e individuo: El neoliberalismo como productor de subjetividad. *Civilizar*, 16(31), 113-126.

Han, B. C. (2010). *La sociedad del cansancio*. Herder Editorial.

Han, B. C. (2014). *Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Herder Editorial.

Hernando, A. (2012). *La fantasía de la individualidad: sobre la construcción sociohistórica del sujeto moderno* (Vol. 3081). Katz Editores.

Hernández, F. A. Z., & Gálvez, A. A. C. (2013). ¿Tiene la imagen género?: una propuesta metodológica desde los gender studies y la estética audiovisual. En *Investigar la Comunicación hoy. Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas: Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación* (pp. 475-488). Facultad de Ciencias Sociales, Juridicas y de la Comunicación.

Herrero, V. R. (2019). Mujer, madre y cuidadora: una visión de la identidad a través de la autofotografía. *Universitas Humanística*, (87).

Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Editorial UOC.

Hochschild, A. (1979). Emotion work, feeling rules, and social structure. *American Journal of Sociology*, 85, 551-575.

Hochschild, A. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling.* Berkeley: University of California Press.

Hochschild, A. R. (2008). *La mercantilización de la vida íntima: Apuntes de la casa y el trabajo* (Vol. 3045). Katz editores.

Hogg, M. A., Graha, M. H., Vaughan, G. M., & Morando, M. H. (2010). *Psicología social*. Ed. Médica Panamericana.

Honneth, A. (2006). El reconocimiento como ideología. *Isegoría*, (35), 129-150.

Horst, H., Lewis, T., Hjorth, L., Postill, J., & Pink, S. (2015). Digital ethnography: Principles and practice. *Digital Ethnography*, 1-216.

Hoskin, R. A. (2020). "Femininity? It's the aesthetic of subordination": Examining femmephobia, the gender binary, and experiences of oppression among sexual and gender minorities. *Archives of Sexual Behavior*, *49*(7), 2319-2339.

i Llombart, M. P., Calatayud, M., & Amigot, P. (2020). Subjetividad, desigualdad social y malestares de género: una relectura del DSM-V. *Revista Internacional de Sociología*, *78*(2), e155-e155.

Illouz, E. (2012). *Por qué duele el amor. Una explicación sociológica*. Katz editores.

Ilouz, E., & Kaplan, D. (2020). *El capital sexual en la modernidad tardía*. Herder editorial.

Inoue, M. (2007). Language and gender in an age of neoliberalism. *Gender & Language*, 1(1).

Jiménez, A. R. C. (2012). Masculinidad y feminidad: ¿De qué estamos hablando? *Revista Electrónica Educare*, 16, 5-13.

Jiménez, B. H., & Gálvez, A. A. C. (2017). Representaciones de género en las redes móviles de contactos: Cuerpo e Identidad en «Adopta Un Tío». *Prisma Social: revista de investigación social*, (2), 31-56.

Kelan, E. K. (2010). Gender logic and (un) doing gender at work. *Gender, Work & Organization*, *17*(2), 174-194.

Kimmel, M. (1997). Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina. *Masculinidad/es. Poder y crisis*, 24, 49-63.

Kossoy, A. (2009). La construcción de la identidad social: cuestiones metodológicas para su análisis. *XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Asociación Latinoamericana de Sociología*, 1-7.

Lagarde, M. (2000). *Claves feministas para la autoestima de las mujeres*. Madrid: Horas y Horas.

Lasén Díaz, A. (2009). Tecnologías afectivas: de cómo los teléfonos móviles participan en la constitución de subjetividades e identidades. En *Tecnología, cultura experta e identidad en la sociedad del conocimiento* (pp. 215-248). Servicio de Publicaciones.

Lasén Díaz, A. (2012). Autofotos: subjetividades y medios sociales. En *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música* (pp. 253-272). Ariel España.

Lasén Díaz, A. (2014). Remediaciones móviles de subjetividades y sujeciones en relaciones de pareja. *Mediaciones Tecnológicas. Cuerpos, afectos y subjetividades*, 19-37.

Lasén Díaz, A., & Casado, E. (2014). Mediaciones tecnológicas: cuerpos, afectos y subjetividades.

Laval, C., & Dardot, P. (2013). *La nueva razón del mundo*. Editorial Gedisa.

Lazar, M. M. (2005). Politicizing gender in discourse: Feminist critical discourse analysis as political perspective and praxis. En *Feminist critical discourse analysis: Gender, power and ideology in discourse* (pp. 1-28). London: Palgrave Macmillan UK.

Martínez, C. D. (2015). La perspectiva de género en investigación social. En *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación* (pp. 176-201).

Martínez-Herrera, M. (2007). La construcción de la feminidad: la mujer como sujeto de la historia y como sujeto de deseo. *Actualidades en psicología*, *21*(108), 79-95.

Leache, P. A., & Martínez, L. (2015). Procesos de subjetivación en el contexto neoliberal. El caso de la evaluación del profesorado y la investigación universitaria. *Revista de Sociología de la Educación-RASE*, 8(2), 138-155.

Leache, P. A., & Martínez, L. (2019). Modular la subjetividad. La idealización publicitaria de la identidad neoliberal. *Con-ciencia social: Segunda Época*, (2), 119-127.

LeFebvre, L. E. (2018). Swiping me off my feet: Explicating relationship initiation on Tinder. *Journal of Social and Personal Relationships*, *35*(9), 1205-1229.

Lerner, H. (1985). *La danza de la ira.* Editorial Gaia.

Ley orgánica 3 de 2018. Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. 5 de diciembre de 2018. BOE-A-2018-16673.

Leyva, M. J. S. (2015). Del “yo es otro” al “yo soy yo mismo”: emociones y dominación social. *Methaodos. Revista de ciencias sociales*, *3*(2), 253-261.

Linne, J., & Fernández Lopes, P. (2019). En búsqueda del match perfecto. Perfiles, experiencias y expectativas socioafectivas de jóvenes en torno a Tinder. *Última década*, *27*(51), 96-122.

Lipovetsky, G. (1986). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo posmoderno.* Barcelona: Anagrama.

LLanera, K. (19 de febrero de 2020). Cuántos españoles tienen Tinder. *El País.* https://elpais.com/politica/2020/02/19/actualidad/1582113155_383517.html

López, J. E. E. (2004). Del sujeto a la agencia (a través de lo político). *Athenea digital*, 1-24.

Maffía, D., & Tomé, D. S. (2021). Epistemología feminista. *En Susana Gamba y Tania Diz, Nuevo diccionario de estudios de género y feminismos. Buenos Aires (Argentina): EUDEBA.*

Maldonado Chamba, A. C. (2015). *Análisis comunicacional del piropo como fenómeno social de violencia de género en la ciudad de Quito* [Bachelor's thesis].

Marrero-Guillamón, I. (2012). Descentrar el sujeto. Erving Goffman y la teorización del sujeto. *Revista internacional de sociología*, *70*(2), 311-326.

Martínez, A. G. (2008). Identidades y representaciones sociales: la construcción de las minorías. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, *18*(2).

Martínez, C. D. (2015). La perspectiva de género en investigación social. En *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación* (pp. 176-201).

Martuccelli, D. (2013). *Sociologías de la modernidad (itinerario del siglo XX)*. LOM Ediciones.

McRobbie, A. (2004). Post-feminism and popular culture. *Feminist media studies*, *4*(3), 255-264.

Mead, G. H. (1991). La génesis del self y el control social. *Reis*, (55), 165-186.

Medina-Vicent, M. (2017). *Género y management en el marco neoliberal. Un análisis crítico para la emergencia de liderazgos feministas.* [Tesis doctoral]. Universitat Jaume I. Castelló de la Plana. Recuperado de http://hdl.handle.net/10803/461177

Méndez, M. D. R. R., & Aguirre-Aguilar, G. (2015). Etnografía virtual, un acercamiento al método ya sus aplicaciones. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, (41), 67-96.

Mercado Maldonado, A., & Hernández Oliva, A. V. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia*, *17*(53), 229-251.

Mercado, M. E., López, E. M., & Ramos, M. S. S. (2014). Sintaxis y semántica de la identidad contemporánea: estudio de la configuración de la identidad personal a través de la autodescripción. En *Crisis y cambio. Propuestas desde la Sociología: actas del XI Congreso Español de Sociología. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. 10-12 de julio de 2013* (pp. 961-971). Universidad Complutense de Madrid.

Nentwich, J. C., & Kelan, E. K. (2014). Towards a topology of 'doing gender': An analysis of empirical research and its challenges. *Gender, work & organization*, *21*(2), 121-134.

Nijensohn, M. (Ed.). (2018). *Los feminismos ante el neoliberalismo*. LatFem.

Orgad, S., & Gill, R. (2021). *Confidence culture*. Duke University Press.

Ortiz, E. & Gómez Gabriel, N. (2019). *Love me, Tinder.* Temas de Hoy.

Pagador Otero, I., & Llamas Salguero, F. (2014). Estudio sobre las redes sociales y su implicación en la adolescencia.

Pando Amezcua, S. (2022). Identidades migradas: representaciones sociales, desafíos y resistencias identitarias de las mujeres mexicanas en Madrid. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid.

Pinto, L. G. A. (2007). ¿Cómo abordar los entornos virtuales de interacción social? Una reflexión teórico-metodológica para el estudio de charlas sincrónicas por Internet. *Investigación*

Universitaria Multidisciplinaria: Revista de Investigación de la Universidad Simón Bolívar, (6), 8.

Reglamento (UE) 679 de 2016 del Parlamento Europeo y del Consejo. Relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE. 27 de abril de 2016. D.O.UE. No. 119

Renau, V., Carbonell, X., & Oberst, U. (2012). Redes sociales online, género y construcción del self. *Aloma: Revista de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, *30*(2).

Requena Aguilar, A. (2023). *Intensas*. Roca Editorial de Libros.

Bañón, Sonia Reverter. (2020) ¿Está reventando el capitalismo neoliberal la liberación de las mujeres? *Las Torres de Lucca. Revista internacional de filosofía política*, 9, 17.

Revilla Castro, J. C. (1996). La identidad personal en la pluralidad de sus relatos: estudio sobre jóvenes.

Revilla, J. C. (2003). Los anclajes de la identidad personal. *Athenea digital: revista de pensamiento e investigación social*, (4), 54-67.

Ricaurte, P., & Ortega, E. (2010). Facebook o los nuevos rostros de la socialidad. *Virtualis*, *1*(2), 72-85.

Roca Cuberes, C., Roig-Mora, A., & Álvarez-Cueva, P. (2023). “As a rule, I don’t have sex on the first date”: Gender and age differences in motivations, perceptions, and experiences on Tinder. *El Profesional de la Información. 2023; 32 (3): e320308.*

Rodríguez, I. S. (2015). Etnografía virtual/digital (EVD). En *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación* (pp. 455-487).

Rodríguez, K. R. A., & Aragón, R. S. (2022). ¿Por qué y para qué descargaste Tinder? Motivos de uso en usuarios solteros. *New Trends in Qualitative Research*, *14*, e573-e573.

Rodríguez Menéndez, M., & Peña Calvo, J. (2005). Identidad de género y contexto escolar: una revisión de modelos. *Revista española de investigaciones sociológicas (REIS)*, *112*(1), 165-194.

Rodríguez Victoriano, J. M. (2003). 'La producción de la subjetividad en los tiempos del neoliberalismo. Hacia un imaginario con capacidad de transformación social'. *Cuadernos de Relaciones Laborales, 2003, num. 21, p. 89-105*.

Rottenberg, C. (2014). The rise of neoliberal feminism. *Cultural studies*, *28*(3), 418-437.

Saidel, M. (2016). La fábrica de la subjetividad neoliberal: del empresario de sí al hombre endeudado. *Pléyade*, (17), 131-154.

Sánchez Escárcega, J., & Oviedo Estrada, L. (2005). Amor. com: vínculos de pareja por internet. *Revista intercontinental de psicología y educación*, *7*(2), 43-56.

Santos, A., Narberhaus, M., & Fernández-Planells, A. (2022). Jóvenes, feminismo y autorrepresentaciones en Instagram: retos y recomendaciones. *Quaderns del Cac*.

Santos, E. (2018). Construcción de la identidad digital a través del yo-objeto: Proceso de auto-objetivación y su relación con la cosificación del cuerpo de las mujeres. *Teknokultura*, 15 (2), 301-309.

Santos Ortega, J. A., Serrano Pascual, A., & Borges, E. (2021). El dispositivo emprendedor: Interpelación ética y producción de nuevos sujetos del trabajo. *RES. Revista Española de Sociología*, *30*(3), 6.

Scandroglio, B., Martínez, J. S. L., & Sebastián, M. C. S. J. (2008). La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, *20*(1), 80-89.

Scharff, C. (2016). Gender and neoliberalism: Young women as ideal neoliberal subjects. En *Handbook of neoliberalism* (pp. 217-226). Routledge.

Scharff, C. (2016). The psychic life of neoliberalism: Mapping the contours of entrepreneurial subjectivity. *Theory, culture & society*, *33*(6), 107-122.

Schwalbe, M. L. (1993). Goffman against postmodernism: Emotion and the reality of the self. *Symbolic interaction*, *16*(4), 333-350.

Serrano Pascual, A. (1997). Le sujet comme processus inachevé. *Contributions à une sociologie du sujet.* 95-112.

Serrano Pascual, A. (2008). El análisis de materiales visuales en la investigación social: el caso de la publicidad. En A.J. Gordo López y A. Serrano Pascual (Coords.). *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social* (pp.245-286). Pearson Educación.

Serrano Pascual, A. y Zurdo Alaguero, A. (2010) "Investigación social con materiales visuales" En Arroyo, M. y Sadaba, I. (coord.) *Metodología de la Investigación Social: Innovaciones y aplicaciones.* Madrid: Síntesis. Cap.10. (pp.217-250).

Serrano Pascual, A., y Zurdo Alaguero, Á. (2023). *El análisis del discurso en la investigación social: teorías y prácticas.* Síntesis

Sferco, S. I. (2019). Neoliberalismo, orden, tiempo y producción de subjetividad: El homo oeconomicus en y más allá de Foucault.

Simkin, H., & Becerra, G. (2013). El proceso de socialización: Apuntes para su exploración en el campo psicosocial. *Ciencia, docencia y tecnología*, (47), 00-00.

Smith, A. (2016). 15% of American Adults Have Used Online Dating Sites or Mobile Dating Apps, *Pew Research Center: Internet, Science & Tech*. United States of America. Recuperado de: https://policycommons.net/artifacts/618635/15-of-american-adults-have-used-online-dating-sites-or-mobile-dating-apps/1599604/

Smith-Castro, V. (2006). La psicología social de las relaciones intergrupales: modelos e hipótesis. *Actualidades en psicología*, *20*(107), 45-71.

Stolke, V. (2004). La mujer es puro cuento: la cultura del género. *Revista Estudos Feministas*, *12*, 77-105.

Strömquist, L. (2021). *No siento nada*. Reservoir Books.

Strowhorn III, P. D. (2013). The United States and Japan: A Cross Cultural Analysis of Gender Roles and Intimate Relationships.

Tanner, M. (2022, April). Racialised Digital Dating Experiences of Mobile Dating Application Users. En *European Conference on Social Media* (Vol. 9, No. 1, pp. 186-193).

Taylor, Ch. (1996). Identidad y Reconocimiento. *Revista Internacional de Filosofía Política*, n. 7, pp. 10-19.

Tellechea, S. (2020). El perfil de los usuarios de las dating apps: una revisión sistemática con perspectiva de género.

Tenenbaum, T. (2019). *El fin del amor*. Ariel.

Tesouro Cid, M., Palomanes Espadalé, M. L., Bonachera Carreras, F., & Martínez Fernández, L. (2013). Estudio sobre el desarrollo de la identidad en la adolescencia. *Tendencias pedagógicas*.

Torregrosa Peris, J. R. (1983). Sobre la identidad personal como identidad social.

Van Dijk, T. A. (2016). Estudios críticos del discurso: un enfoque sociocognitivo. *Discurso & Sociedad.*

Vázquez, K. (8 de septiembre de 2022). Diez años de Tinder: mil formas de rechazar y ser rechazado en un bucle infinito. *El País*. https://elpais.com/eps/2022-09-08/diez-anos-de-tinder-mil-formas-de-rechazar-y-ser-rechazado-en-un-bucle-infinito.html

Vasallo, B. (2018). *Pensamiento monógamo, terror poliamoroso*. La oveja roja.

Villegas, M. A. M. (2008). De la Etnografía antropológica a la Etnografía virtual. Estudio de las relaciones sociales mediadas por Internet. *Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, *18*(53), 532-549.

Weiser, D. A., Niehuis, S., Flora, J., Punyanunt-Carter, N. M., Arias, V. S., & Baird, R. H. (2018). Swiping right: Sociosexuality, intentions to engage in infidelity, and infidelity experiences on Tinder. *Personality and Individual Differences*, *133*, 29-33.

West, C., & Zimmerman, D. H. (1987). Doing gender. *Gender & society*, *1*(2), 125-151.

Wodak, R., Meyer, M., Eguibar, B., & Aúz, T. F. (2003). Métodos de análisis crítico del discurso.

Wolf, N. (2020). *El mito de la belleza*. (M. Pérez, Trad.) Continta me tienes. (Obra original publicada en 1990)

Wu, O. (2019). Tinder y conductas sexuales de riesgo en jóvenes españoles. *Aloma: Revista de Psicologia Ciències de L'educació i de L'esport*, *37*(1), 35-42.

Zamora García, J. (2018). Guy Debord 2.0: hacia un análisis de la mercantilización de la subjetividad en las redes sociales. *Oximora. Revista Internacional de Ética y Política*, 239-254.

Zárate Ortiz, J. F. (2015). La identidad como construcción social desde la propuesta de Charles Taylor. *Eidos*, (23), 117-134.

Anexos

Guion entrevistas semiestructuradas a usuarios/as/es de la aplicación de citas de Tinder:

Bloques temáticos	**Aspectos analíticos específicos**	**Potenciales preguntas**
Datos ubicación biográfica:	- Lugar de origen - Lugar de residencia - Edad - Nivel socio-económico - Origen étnico-racial - Formación académica - Situación laboral - Tendencia ideológica (política, religiosa) - Situación sentimental - Orientación sexual - Identidad y expresión de género	
Narraciones biográficas	- La estigmatización de los/as usuarios/as de esta aplicación. - Reconstrucción de la decisión de elaborar un perfil en la aplicación - Motivaciones para la descarga y/o empleo de la aplicación - Cambios percibidos en la forma/modo de relacionarse con el uso de la aplicación	¿Qué te impulsó a descargarte la aplicación de Tinder?, ¿qué buscabas/buscas en ella?, ¿lo conseguiste/has conseguido?, ¿qué crees que los demás buscan en ella?, ¿cuál es tu opinión acerca de la app, en general? Aspectos positivos y negativos que observas en la aplicación, ¿qué cambiarías?, ¿ha cambiado la idea que tenías de la aplicación en tu experiencia con esta?, ¿en qué sentido? ¿En qué medida crees que tu modo de iniciar y/o establecer

		relaciones sociales puede cambiar/puede haberse visto afectado al hacer uso de esta aplicación?, ¿y tu visión sobre el amor, el sexo y los vínculos? ¿Crees que la gente oculta que tiene un perfil en esta aplicación?, ¿es este tu caso?, ¿a quién/quienes y por qué?, ¿cómo crees que se valora (se ve) a la gente que utiliza estas aplicaciones? ¿Crees que afecta a esta cuestión de alguna manera el hecho de ser mujer/hombre?
La mercantilización del yo/ el gobierno de la (re)presentación de uno/a mismo/a	- El proceso de elaboración del perfil virtual y sus posibles complicaciones. - La dimensión relacional en la elaboración (configuración) del perfil virtual (identidad) - Características de un perfil exitoso (estrategias para su gestión) - Representación/(re)producción de la identidad de género a través del perfil virtual - La deseabilidad social como fundamento de la identidad contemporánea - La dimensión estética en la configuración del perfil virtual (identidad) femenino	¿Te resultó complejo su diseño?, ¿por qué?, ¿elaboraste el perfil solo/a o en compañía?, ¿para qué crees que sirve el perfil? ¿Qué tipo de fotos seleccionaste para elaborarlo? y ¿por qué?, ¿recuerdas cuántas fotos publicaste?, ¿cuánto tiempo empleaste en su selección y publicación?, ¿cuidabas la estética de las fotos?, ¿cómo lo hacías?, ¿empleaste algún filtro de edición como cambio de tonalidad, más brillo, etc.?, ¿utilizabas alguna pose en las fotos en especial?, ¿querías transmitir algunos aspectos sobre tu vida o sobre ti mismo/a en concreto?, ¿qué aspectos tenías

	- Tiempo empleado en la elaboración/cuidado del perfil - Revisión (cambios) del perfil durante el tiempo de uso de la aplicación. - Las posibles subversiones en la elaboración de las presentaciones (identidades) virtuales	en cuenta para resultar atractivo/a en el perfil?. En cuanto a estos últimos aspectos, ¿crees que te afecta más/menos por el hecho de ser mujer/hombre?, ¿crees que tu condición de mujer/hombre cis/trans heterosexual/homosexual/bisexual de clase media/baja/alta facilita que recibas más/ menos *likes*?, ¿tratabas de transmitir estos aspectos de tu identidad a través de tu perfil?, ¿por qué? ¿Has cambiado/cambiaste las fotos del perfil en algún momento, cada cuánto lo has hecho y por qué?, ¿te importaría compartir conmigo algunas de las fotos que publicaste en tu perfil, en concreto, aquellas con las que más representado/a te sientas? Sobre la descripción en texto: ¿elaboraste descripción en texto en el perfil virtual?, ¿cuánto tiempo dedicaste a su elaboración?, ¿empleaste todos los caracteres disponibles?, ¿qué querías transmitir a través de la misma?, ¿te importaría compartir conmigo el texto que elaboraste? ¿Qué crees que diferencia a la descripción en texto y la presentación en imágenes/fotos?

La racionalización de las decisiones en el proceso de selección de los perfiles virtuales, en búsqueda de la eficiencia.	- Proceso de exploración de perfiles virtuales en la aplicación - Criterios de selección de perfiles virtuales para dar *like* o hacer *match* y su impacto de género - Aspectos que se consideran para catalogar a un perfil como atractivo/deseable. - La imagen que se construye/ proyecta en la virtualidad vs la imagen en la presencialidad - El potencial del mensaje escrito vs el de las imágenes en la selección de los perfiles. - Las posibles resistencias observadas en la (re)presentaciones de otros/as usuarios/as.	¿Qué es lo que te llamaba la atención de otros perfiles para darles *like*? ¿Crees que tu condición de mujer/hombre cis/trans heterosexual/homosexual/bisexual de clase media/baja/alta facilita que reciban más/ menos *likes*? ¿Consideras importante que el perfil esté estéticamente cuidado para darle un *like*?, ¿qué crees que hace a un perfil atractivo?, ¿le dabas/das importancia a las imágenes de los perfiles o también era/es importante la descripción en texto? Para las personas bisexuales: ¿has visto alguna diferencia entre lo que presentan las usuarias y los usuarios en su perfil? ¿En alguna ocasión, encontraste muchas diferencias entre la imagen que te habías creado sobre un usuario/a al observar su perfil y su apariencia física cuando tuvisteis el encuentro en la presencialidad?, ¿consideras que existe algún tipo de patrón que se repita en los perfiles que has ido viendo o explorando?, o al contrario, ¿te has encontrado con algún perfil que fuese rompedor, en cuanto a estereotipos de género?

Repertorios emocionales y afectivos desplegados en el uso de la aplicación de citas	- Sensaciones/emociones observadas en el uso de la aplicación - Emociones que caracterizan la cultura del *matching* - La ansiedad por conquistar el reconocimiento - Diferencias de género en las vivencias emocionales y afectivas - La saturación por la elección constante y/o por la multiplicidad de interacciones - El FOMO (fear of missing out), el miedo a perderse algo en el entorno de las aplicaciones de citas.	¿Observaste si te generaba algún tipo de sensación el conseguir *likes* y *matches* con otros/as usuarios/as?, ¿observaste si te generaba alguna sensación/ emoción el no conseguirlos?, ¿consideras que esas sensaciones te incitaban a actuar con la aplicación de una determinada manera?, ¿esas sensaciones te hacían revisar de algún modo tu perfil en la aplicación para conseguir más *likes*? Debido a que existen múltiples opciones de perfiles para elegir, ¿alguna vez has sentido que te estabas perdiendo algo mejor o que podía haber otra opción de perfil que se ajustase más a tus intereses?, ¿te incitaba esto a actuar con la aplicación de una determinada manera? Cuando llevas mucho tiempo sin usar la app, esta te envía mensajes para que entres, de nuevo, avisándote de que tu perfil podría ser ocultado, ¿observaste si esto generaba alguna sensación/emoción en ti? ¿Crees que la existencia de estas múltiples opciones te facilitaba encontrar una persona con la que vincularte o, por el contrario, te lo

		complicaba?, ¿alguna vez te has sentido saturado/a al tener tantos perfiles entre los que poder elegir?, ¿alguna vez te has sentido saturado/a al tener muchas conversaciones en el chat iniciadas de forma simultánea?, ¿crees que te afecta más/menos por el hecho de ser mujer/hombre?
Estrategias de gestión del uso y tiempos de la aplicación.	- Hábitos de uso de la aplicación y observación de diferencias de género	¿Con qué frecuencia has usado Tinder (cuántas veces al día entras a la app, en qué momentos del día sueles hacerlo y cuánto duran las conexiones)? ¿Has utilizado alguna vez alguna de las versiones de pago de la app (Tinder Gold, Plus o Platinum)?
La relacionalidad en/ a partir de la aplicación	- La iniciativa en las interacciones virtuales y su impacto de género - La incomodidad en las interacciones y su gestión - El miedo en los encuentros presenciales con otras/os usuarias/os y su dimensión de género. - Los *matches* y su traducción en contactos en la presencialidad	¿Quién toma/tomaba la iniciativa en las interacciones virtuales?, ¿te has sentido incómoda/o en alguna interacción a través del chat?, ¿alguna vez has sufrido lo que se conoce como *ghosting*?, ¿alguna vez has realizado tú esta práctica? ¿Alguna vez has experimentado algún caso de violencia ya sea a través de la interacción virtual o en algún encuentro presencial?, ¿crees que esto te afecta más/menos por el hecho de ser

	- Características sociodemográficas de los contactos de Tinder	mujer/hombre?, ¿has sentido miedo antes de quedar o durante el encuentro presencial con algún contacto de la app?, ¿crees que esto te afecta más/menos por el hecho de ser mujer/hombre? ¿Con qué porcentaje de *matches* de Tinder has quedado en persona? ¿Los/as usuarios/as con los que has conectado eran de la misma edad/superior o inferior a la tuya?, ¿tenían un nivel socio-cultural similar?, ¿eran de tu mismo origen étnico-racial?, ¿son estos últimos aspectos importantes para ti a la hora de conectar con usuarios/as?
La realidad *online* y *offline* y sus implicaciones en los/as usuarios/as	- Diferencias entre interactuar/ conocer gente en la aplicación y en la presencialidad - Facilidades vs dificultades que impone la aplicación en la construcción/ establecimiento de vínculos socio-afectivos - Razones para dejar de usar la aplicación	Coméntame qué diferencias encuentras entre conocer gente/ligar en la presencialidad y mediante esta aplicación de citas. ¿Cómo crees que es más fácil interactuar: a través de la app o en persona?, ¿crees que el contacto en la app facilita conocer mejor a una persona? ¿Por qué dejaste de usar la aplicación?

Relación de Tablas:

Tablas	
Número	**Título**
1	Datos sociodemográficos de las personas entrevistadas.

Relación de Imágenes:

Imágenes	
Número	**Título**
1	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo del yo-objeto virtual.
2	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder.* Ejemplo del yo-objeto virtual.
3	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder*. Ejemplo de la autodefinición en términos físicos
4	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de la autodefinición en términos físicos
5 y 6	Ambas imágenes pertenecen al mismo perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplos del cuidado de la estética de las fotos en los varones.
7 y 8	Ambas imágenes (7 y 8) pertenecen al mismo perfil virtual de un usuario de *Tinder.* Ejemplos del cuidado de la estética de las fotos en los varones.
9	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de la adopción de un estilo erotizado en las autopresentaciones de los varones.
10	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo del recurso al capital económico y profesional.

11	Perfil virtual de un usuario de *Tinder.* Ejemplo del recurso al capital económico y profesional.
12, 13 y 14	Las tres imágenes pertenecen al mismo perfil virtual de una usuaria de *Tinder*. Ejemplos de autopresentaciones alejadas de los cánones estéticos.
15	Perfil virtual de un usuario de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de masculinidad.
16	Perfil virtual de un usuario de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de masculinidad.
17	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad
18	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad
19	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad
20	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad
21	Autodescripción personal de un perfil de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad.
22	Autodescripción personal de un perfil de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad.
23	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad.
24	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad.
25	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de afirmación de masculinidad.
26	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de feminidad.
27	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de feminidad.

28	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de feminidad.
29	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de feminidad.
30	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de feminidad.
31	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de feminidad.
32	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de feminidad.
33	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder.* Ejemplo de afirmación de feminidad.
34	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de perfiles de varones alejados de la norma.
35	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de perfiles de varones alejados de la norma.
36	Perfil virtual de un usuario de *Tinder.* Ejemplo de la cultura del “gimnasio”.
37	Perfil virtual de un usuario de *Tinder.* Ejemplo de la cultura del “gimnasio”.
38	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder.* Ejemplo de las nuevas subjetividades postfeministas.
39	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder.* Ejemplo de las nuevas subjetividades postfeministas.
40	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de apropiación de marcos de sentido femeninos como estrategia de seducción.
41	Perfil virtual de un usuario de *Tinder*. Ejemplo de apropiación de marcos de sentido femeninos como estrategia de seducción.

42	Autodescripción de un perfil de *Tinder.* Ejemplo de exigencia en la búsqueda de pareja.
43	Autodescripción de un perfil de *Tinder.* Ejemplo de exigencia en la búsqueda de pareja.
44	Autodescripción de un perfil de *Tinder.* Ejemplo de exigencia en la búsqueda de pareja.
45	Autodescripción de un perfil de *Tinder.* Ejemplo de exigencia en la búsqueda de pareja.
46	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder.* Ejemplo de exaltación de la autenticidad.
47	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder.* Ejemplo de exaltación de la autenticidad.
48	Perfil virtual de un usuario de *Tinder.* Ejemplo de exaltación de la autenticidad.
49	Perfil virtual de un usuario de *Tinder.* Ejemplo de exaltación de la autenticidad.
50	Perfil virtual de una usuaria de *Tinder*. Ejemplo de exaltación de la autenticidad.