

## Morella Alvarado Miquilena (Venezuela)

Doctorante en Estudios Socioculturales, Centro de Investigaciones Culturales CIC-Museo, Universidad Autónoma de Baja California, Mexicali, México (Cohorte 2012-2015). Magíster en Estudios Socioculturales en el Instituto de Investigaciones Culturales (IIC) de la Benemérita Universidad Autónoma de Baja California (UABC), Mexicali, México. Magíster en Multimedia Educativo por el Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad de Barcelona-Catalunya España (UAB, 2005), España. Licenciada en Artes, mención Promoción Cultural (1995), con Estudios en Teatro Latinoamericano por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Profesora Agregada e Investigadora del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (2001-actual). Coordinadora General de la Especialización en Educación para el uso creativo de la Televisión (2005-actual). Coordinadora e investigadora por el Capítulo Venezuela del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL, 2009-actual). Representante de la Comisión de Investigación de la FHE ante el CDCH-UCV (2013-actual). Miembro del Consejo Técnico ININCO, Comité Académico por el ININCO del Área de Comunicación Social ante el CEP-FHE y el Consejo Editorial del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación. Colaboradora en diversos diarios y revistas nacionales e internacionales. Investigadora adscrita a la Línea de Investigación: *Educación, Comunicación y Medios*.

Correo electrónico:  
profesora.morella@gmail.com

Teléfono ININCO-UCV: + 58 212 6050444



## «Me gusta». Adolescentes de Caracas y representaciones del cuerpo femenino a través de la red social Facebook<sup>1</sup>

### «Like» Caracas teenagers and female body representation through the social network Facebook

Recibido: 21/ 06/ 2014 • Aceptado: 01/ 10/ 2014

- © De conformidad por su autora para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autora de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de la autora. Ley de Derecho de Autor. *Gaceta oficial* N° 4.638 Extraordinario. 1º Octubre de 1993. Las fotos e imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.

<sup>1</sup> Este trabajo se presentó como ponencia en el III Congreso Nacional de Antropología, Simposio Nro. 9 «Cuerpos y Corporalidades», realizado del 3 al 8 de noviembre de 2013, Maracaibo-Universidad del Zulia, al cual asistí bajo los auspicios del CDCH-UCV.

## RESUMEN

MORELLA ALVARADO MIQUILENA

«Me gusta». *Adolescentes de Caracas y representaciones del cuerpo femenino a través de la red social Facebook*

En este trabajo se realiza un breve recorrido por algunos referentes que sirven para comprender cómo determinados modelos corporales para el cuerpo femenino son seguidos por un grupo de adolescentes. A partir de la denominada *cyberetnografía*, se exploraron los perfiles de los sujetos en la red social *Facebook*, seleccionadas a partir de la técnica de bola de nieve y tomando como punto de partida, a cuatro adolescentes conocidas en persona. El grupo habita en la ciudad de Caracas, y pertenece a los grupos sociales: bajo, medio bajo y medio, algunas de las cuales además comparten amigos en la interacción cara a cara.

**Descriptor:** Adolescentes / cuerpo femenino / modelos corporales / Facebook / Caracas / Venezuela.

---

## ABSTRACT

MORELLA ALVARADO MIQUILENA

«Like» *Caracas teenagers and female body representation through the social network Facebook*

In this work a brief review is made by some references that help to understand how certain body models for the female body are followed by a group of teenagers. From the **network ethnography**, profiles of the subjects of the social network **Facebook** were explored, selected from the snowball technique and taking as a starting point, four teenagers known in person. The group that live in Caracas city and belongs to the social groups: low, medium low and medium, some of which also share friends face to face.

**Key words:** Teenagers / female body / body models / Facebook / Caracas / Venezuela .

---

## RÉSUMÉ

MORELLA ALVARADO MIQUILENA

«Je l'aime». *Adolescents du Caracas et représentations du corps féminin à travers le réseau social Facebook*

Dans cet article, une brève revue est faite par quelques références pour aider à comprendre comment certains modèles corporels pour le corps féminin sont suivis par un groupe d'adolescents. D'après l'appelé **ciberetnographie**, les profils des sujets du réseau social **Facebook** ont été explorées, choisi selon la technique de la boule de neige et en prenant comme point de départ, quatre adolescents connue en personne. Le groupe que habite dans la ville de Caracas, et appartient à des groupes sociaux: faible, moyen faible, moyen, dont certains partagent également des amis en face à face..

**Mots- clés:** adolescents / corps féminin, / schémas corporels / Facebook / Caracas / Venezuela.

---

## RESUMO

MORELLA ALVARADO MIQUILENA

«Gosto». *Adolescentes de Caracas e representações do corpo feminino através da rede social Facebook*

Neste artigo uma breve revisão é feita por algumas referências que ajudam a compreender como certos padrões de corpo para o corpo feminino são seguidos por um grupo de adolescentes. A partir da **cyberetnografia** foram explorados os perfis dos sujeitos da rede social **Facebook**, selecionados a partir da técnica de bola de neve e tomando como ponto de partida, a quatro adolescentes conhecidas em pessoa. O grupo mora na cidade de Caracas, e pertence a grupos sociais: baixo e médio, alguns dos quais também compartilham amigos na interação face a face.

**Palavras-chave:** Adolescentes / corpo feminino / padrões corporais / Facebook / Caracas / Venezuela.

---

## IMAGINAR Y MOLDEAR AL CUERPO FEMENINO<sup>2</sup>

En un trabajo anterior afirmamos que «los hombres inventan a las mujeres y las construyen a través del deseo» (Alvarado y Maldonado, 2012: 1). En dicho acto de invención, son diversos los referentes que entran en juego, especialmente cuando se trata del cuerpo femenino. En el caso de las culturas occidentales urbanas, algunos referentes son impuestos por el imaginario artístico, las industrias culturales y especialmente por la publicidad. Así, una de las tradiciones más recurrentes en la cultura occidental es la producción y reproducción de la imagen del cuerpo femenino como objeto de deseo, lo cual se expresa en: comics, carteles, revistas y en la producción audiovisual.



La representación del cuerpo femenino traduce tanto a la cultura como a la mujer imaginada por esa cultura. Cultura que se expresa en multiplicidad de formas, todas generadoras de sentido. De ahí la afirmación de Pierre Bourdieu al referirse al *habitus* «el cuerpo está en el mundo social, pero el mundo social está en el cuerpo» (2002: 41). Las representaciones del cuerpo femenino realizadas a través de la historia, son muestra clara de ello. Cada cultura, exalta los modelos corporales que considera ideales y

<sup>2</sup> En este trabajo hago referencia a algunos aspectos tratados en el artículo «*Pinta. Prison art: De la pornotopía a la postpornografía*» (2012) (en Imprenta).

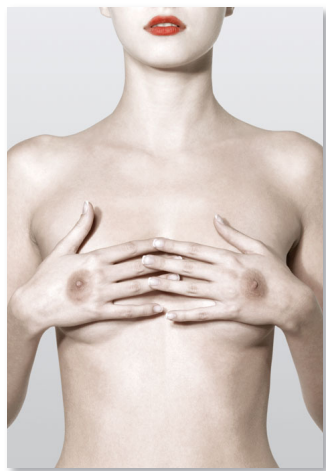
que se imponen como hegemónicos y se resaltan los fragmentos del cuerpo que resultan significativos.



### **MODELOS QUE CAMBIAN Y SE TRANSFORMAN DE MANERA PERMANENTE**

En este sentido, Francisco Torres García (2008, 2010) propone una categorización de los modelos corporales en el contexto occidental actual. Para él, el cuerpo humano pasó de ser objeto de culto, para crearse un culto al cuerpo. Este proceso de *fetichización*, en el que el significado del cuerpo cambia y pasa a ser múltiple y diverso, trae consigo procesos complejos que han dado como resultado la aparición de modelos corporales creados *ex professo* por diversas instituciones sociales y en las que unas tienen mayor responsabilidad que otras. El autor caracterizó cuatro modelos corporales hegemónicos creados a finales del siglo XX y que denomina como: *Cuerpos siniestros*, a saber: a) *Cuerpo enano* de las adolescentes gimnastas; b) *Cuerpo descarnado* de la delgadez extrema; c) *Cuerpo hipermusculoso* de la vigorexia; y, d) *Cuerpo obeso* de la gordura. Para este autor, los modelos corporales tienen dos objetivos: 1) Convertirse en referentes para grupos sociales específicos (niñas, adolescentes, mujeres jóvenes y adultas, y adolescentes y jóvenes varones) y, 2) Que el cuerpo se exprese desde la alienación, sujeción, deformación y enfermedad (Torres García, 2008: 489).

A los modelos propuestos por Torres García y los objetivos que cada uno traza, vale añadir cuatro nuevos modelos: 1) el de *Niñas mujeres*, 2) el *Andrógino*, 3) el *Gerascofóbico* y 4) el *Hiperornamentado* (Alvarado, 2012), los cuales traducen, en cierto modo, a un sistema socioeconómico de consumo que expresan a los tiempos de modernidad líquida y la fragilidad humana (Bauman, 2007). Nos detendremos en el primero por considerar que aporta elementos significativos a efectos a este trabajo. 1) *Niñas mujeres*. Si bien, las nociones de infancia y adolescencia son recientes, se han realizado multiplicidad de estudios que diferencian a estas etapas. Una de las especificidades de la infancia, es su distancia con la adultez, debido principalmente a aspectos asociados con el desarrollo físico y psíquico. Aun así, se observa una tendencia que busca unificar a niñas y mujeres, así como a las adolescentes con mujeres. El marcaje de género y la performatividad que implica, en determinados contextos como el mexicano y el venezolano, tiende a presentarse con más fuerza entre las niñas. Ya no basta la utilización de colores para identificar lo femenino: rosa, blanco o beige, ahora se incluyen gran cantidad de ornamentos y prácticas, que buscan alcanzar sus objetivos de identificación y sobre todo de hipersexualización.



Las niñas mujeres como fenómeno, son impulsadas desde la maquinaria del *show business* y de la moda. Los cuales se materializan en los cuerpos a partir de las prácticas corporales de belleza, en las que instituciones, sujetos y agentes, juegan roles fundamentales. Las niñas mujeres abundan en los programas de concursos televisivos tales como «*Pequeños Gigantes o el Show de los peques*», cuyo melodrama exacerbado se muestra en «*Las desventuras de Telesa*», «*Nuestra Belleza Infantil*» (2011) auspiciada por Televisa o en el *reality show* «*Toddlers & Tiaras*» (2009-2011) (TLC; *Discovery Home & Health*) conocido en Latinoamérica como «*Princesitas*». Pero más allá de la imagen representada a través de los medios, están los concursos de belleza para niñas, que se gestan desde los espacios escolares y que la industria de

la belleza y la moda aprovechan muy bien<sup>3</sup>. La parodia sobre tal práctica que se realiza a través de la *road movie* *Little Miss Sunshine* (2007), es significativa al respecto, pues hace una dura crítica a este tipo de eventos<sup>4</sup>. Los salones de belleza para niñas, son hoy en día uno de los negocios más lucrativos que existen. Los tacones altos, extensiones y peinados, bronceados artificiales, uñas postizas y pintadas, camisas con descotes para dejar ver unos senos que no existen, pantalones ajustados y una buena dosis de accesorios brillantes completan el cuadro. Tres preguntas fundamentales surgen a propósito de este modelo: 1) ¿Cuál la capacidad de agencia que poseen las niñas mujeres? 2) ¿Cómo este tipo de modelo es responsable de la erotización temprana de las niñas? 3) ¿Hasta dónde este modelo refuerza la idea perversa de la *Lolita* como objeto de deseo? (Alvarado, 2012). Lo anterior se complementa con la afirmación de Silva Echeto «Los cuerpos los van diagramando las disciplinas, es decir, los dispositivos institucionales producen las corporeidades» (Silva Echeto, 2006: 11). De ahí la explicación del porque desde la familia, la iglesia, los medios o el Estado el cuerpo se norma y se construye. Ello sin olvidar un rol fundamental que también juegan las mediaciones y, en el caso del grupo que nos ocupa, las que ofrecen los grupos de adscripción. Lo anterior sucede no por azar, sino por efecto de las prácticas. Aunque en términos generales, todas las sociedades realizan las mismas prácticas, son los contextos, las condiciones sociales y materiales, las que trazan las distinciones y particularidades. Y es justamente en este sentido, el de la diferenciación, en el que Pierre Bourdieu (1997) realiza aportes significativos para identificar la relación entre prácticas y clases sociales. Para ello alude a la noción de *habitus*:

Los *habitus* son principios generadores de prácticas distintas y distintivas –lo que come el obrero y sobre todo su forma de comerlo, el deporte que practica

<sup>3</sup> En el caso venezolano, desde el año 2010 se registra el evento «Niña Venezuela» (producciones Matisse); «Mini reina de Venezuela», «Teen Venezuela», «Pre-Teen Globe International»; «Mini Globe Venezuela» y «Teen Venezuela Tropical», todos organizados por Producciones Siegelmann desde 2002 como parte de la organización Mini Venezuela o «Niña Model Venezuela» de Richard s producciones, realizado desde 2009.

<sup>4</sup> Al respecto durante el año 2013, el Senado francés se pronunció a favor de la prohibición de concursos de belleza en los que participen niñas menores de 16 años, sustentado en el informe denominado «En contra de la Hiper-sexualización: Una nueva lucha por la igualdad».

y su manera de practicarlo, sus opiniones políticas y su manera de expresarlas difieren sistemáticamente de lo que consume o de las actividades correspondientes del empresario industrial-; pero también son esquemas clasificatorios, principios de clasificación, principios de visión y de división, aficiones, diferentes. Establecen diferencias entre lo que es bueno y lo que es malo, entre lo que está bien y lo que está mal, entre lo que es distinguido y lo que es vulgar, etc., pero no son las mismas diferencias para unos y otros. De este modo, por ejemplo, el mismo comportamiento o el mismo bien puede parecerle distinguido a uno, pretencioso u ostentoso a otro, vulgar a un tercero (Bourdieu, 1997: 20).

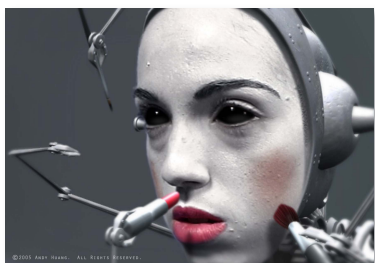
Así, el *habitus* es diferenciante y distintivo. Permite por una parte saber qué hacen y cómo se hacen las cosas en los distintos grupos sociales y sobre todo, cómo estas formas de hacer, sirven como elementos que unen o separan. Para Bourdieu, el *habitus* se refiere a formas de hacer, pensar y sentir, vinculados con un grupo social. Y es gracias al *habitus*, que personas de un entorno social determinado, tienden a compartir estilos de vida, gustos y preferencias. Es a partir del *habitus* que los sujetos producen sus prácticas (Bourdieu en Reyes, 2009).

Las dimensiones del hacer que guardan relación con el cuerpo, son denominadas como prácticas corporales. Natalia Galvis las describe como «expresiones culturales e históricas de lo humano, en búsqueda de procesos: creativos, comunicativos, de socialización, de control y reconocimiento que se pronuncian a través de las prácticas deportivas, lúdicas, recreativas, artísticas, de expresión corporal y de ocio» (Galvis, 2009: 4). En tal sentido, Elsa Muñiz expone la necesidad de consolidar:



Una propuesta de investigación que se interese por el estudio de lo que he llamado `prácticas corporales`. Desde la perspectiva de las prácticas corporales, los usos intencionales del cuerpo (amputaciones, mutilaciones, modificaciones intencionales, maquillaje cosmético, tatuajes, perforaciones) son superpuestos a las imágenes del cuerpo que nos ofrecen las variaciones fisiológicas humanas (peso, altura, color de piel, órganos sexuales, color de cabello, deformaciones congénitas) (Muñiz, 2007: 84).

Algunas prácticas corporales, tales como las de belleza, tienen entre sus funciones, incrementar el capital corporal de quien las ejerce. Bourdieu (1988) desglosa el capital en: Económico, el cual se evidencia a través del dinero y de la capacidad de apropiarse de bienes materiales. Cultural, que es diverso y adopta distintas formas que van desde los modales hasta los títulos adquiridos. Social, que se traduce en las redes –formales o no– tejidas a lo largo de la vida. Simbólico, se refiere a la legitimidad de cualquier tipo de capital y/o a la percepción de que su posesión es algo natural. A tales capitales puede sumarse el capital corporal –asociado al capital simbólico y cultural– que alude a la relación entre cuerpo, sujeto y contexto social (Bourdieu, 1988: 131). El capital corporal, se construye a partir de las condiciones de producción del cuerpo (complexión, alimentación, ejercicio) y los patrones de valoración. Según Baudrillard (2009) el capital corporal se traduce en la acción de administrar al cuerpo, manipularlo, como uno de los significantes del estatus social. Por otra parte tenemos que los tipos de capital (cultural, simbólico, económico) serán valiosos o útiles, de acuerdo al campo en el que se desarrolle la acción.



En el caso del capital corporal, los patrones de valoración desde los que se construye y moldea el cuerpo se incluyen la figura (tamaño y configuración); la expresión (gestualidad y movimiento) y la apariencia (indumentaria y ornamentación) (Lee Battky, 1994). Patrones que aportan pistas claras para identificar los componentes desde los cuales se muestra dicho capital.

A continuación se presentan algunas de las relaciones entre las prácticas y las representaciones del cuerpo femenino que posee un grupo de adolescentes seleccionadas, a partir del uso de la red social *Facebook*.

## ENTRE REDES NO TE ENREDES

Vivimos en una sociedad multipantallas, tantas que para determinados grupos, la sociabilidad se genera y construye a través de ellas. Y las redes sociales funcionan como el mecanismo a través del cual se reproduce y



mantiene la socialidad. A ello se suma el aparataje técnico que cada vez más, facilita la interconexión con los otros y con la información que esos otros generan. Específicamente: los *smartphones*, las computadoras portátiles, las *tabletas* y los denominados dispositivos inteligentes que permiten las conexiones móviles a Internet. Ya lo afirmó Manuel Castells, las nuevas ciudadanías se construyen en la red. Así como también las nuevas relaciones y las formas de posicionamiento social. Y eso lo constatamos en la red social *Facebook*.



Los espacios virtuales de socialización ofrecen nuevas instancias de comunicación, generación de nuevos códigos comunicativos y sistemas de significación. Así mismo, ofrecen la posibilidad al individuo, en tanto que sujeto, de convertirse en emisor y mensaje de sí mismo (Aguilar y Said, 2010: 193).

Veamos algunos datos. En lo respecta a esta red social, Venezuela se ubica en el puesto 28 de los países con mayor penetración en el Mundo. El 23 de junio de 2014, se reportaron a través de *Social Daily Media Global Info Center* un total de 11.400.000 usuarios de *Facebook* con una penetración del 40,64%. Para ese momento, se calcula que 6,00M (52,63%) son mujeres y 5,400M (47,37%). El 32,28% (3.680.000) se ubica en edades comprendidas entre los 18 y 25 años, mientras que el 18,89% (2.040.000) está entre los 13 y 18 años. En la ciudad de Caracas, la cantidad de usuarios se estima en 2.600.000. De ahí que sea considerada como la red social más popular del país (*Social Daily Media Global Info Center*, 2014)<sup>5</sup>. Vale recordar que: «Una

<sup>5</sup> En relación a las prácticas corporales de belleza de los usuarios en Venezuela, se contabilizan un total de 2.760.000 interesados en la cosmetología (1.860.000 mujeres igual 67% y 900.000 hombres igual al 33%). Mientras que los espacios favoritos son los salones de belleza 1,75%, los *Spa* 3,86% y el *Gym* 2,28%. En lo que respecta al entrenamiento físico tenemos: 1,16% para el *Running*; 6,49% para el *Fitness*; 3,51% para *Yoga*; 1,23% para el *body building* y 1,72% para *Zumba*. Asimismo, se reseña un total de 880.000 usuarios interesados en los tatuajes (52,17% mujeres y 47,83% hombres). Del universo total de usuarios de *Facebook* en Venezuela, el 36,84% está interesado en la vestimenta; el 19,30% se interesa por los zapatos y el 1,74% por los accesorios (*Social Daily Media Global Info Center*, 2014).



de cada 13 personas en el mundo usa *Facebook*, la presión y curiosidad por tener un perfil allí no es poca. Sobre todo para los más jóvenes, no estar en *Facebook* podría equivaler a no existir socialmente» (Henostroza, 2012: párr.-6).

En el caso de Latinoamérica, entre las razones que justifican el alto índice de uso de la red social *Facebook* se encuentran:

La personalidad más cálida y sociable de la gente latina y la facilidad para aumentar su red de contactos. *Facebook* sería para nosotros la plataforma ideal para conversar de todo y con todos. También hay que considerar que gran parte de la población de los países de nuestra región han migrado a otros países y entonces *Facebook* se convierte en un canal de encuentro con sus compatriotas y amigos. Y no hay que olvidar que *Facebook* inteligentemente se ha asegurado de mantener su presencia en todas las plataformas conocidas: en la web, desde el móvil y los tablets (Henostroza, 2012: párr.-8) (*Cursivas nuestras*).

Entre los usos más destacados del *Facebook* se encuentran: 1. Comunicación tradicional, chatear y recibir mensajes; 2. Indagar sobre qué hacen sus amigos, actualizar su estado y leer notificaciones; 3. Utilizar las funciones multimedia de la red (ver, etiquetas, publicar y comentar fotos; y ver y publicar videos). Según el informe de Tendencias Digitales (2012), las preferencias se ubican en: socializar con los amigos, felicitar a los cumpleaños, ubicar amigos y hacer planes. Esto por encima de quienes se interesan por hacer negocios y mercadear productos; quienes buscan contactos y se promueven como profesionales.

Existen prácticas que se encuentran en la dimensión de las cualidades y que no menciona el estudio, como por ejemplo: espiar e indagar en la vida del otro, se trate o no de amigos; servir de ventana para ventilar puntos de interés (vitrina pública de temas políticos y causas sociales) y con ello, marcar la agenda; excluir e incluir al otro por razones políticas o afectivas y como mecanismo de presión particularmente: el ciberacoso (en el que destaca el uso de la denominada *web apaleador*); divulgar el discurso del

odio; el *grooming* (acoso a menores por parte de adultos) o el *sexting* (envío de mensajes con contenidos eróticos o pornográficos), por ejemplo.



Es esta última modalidad o práctica la que se relaciona directamente con este trabajo. Los datos presentados por Peter Wanless (*Sociedad Nacional para la prevención del abuso a menores –NSPCC– Gran Bretaña*), a partir de una encuesta aplicada a 450 adolescentes en el Reino Unido durante el tercer trimestre del año 2013, evidencian que: 40% de los entrevistados confesó haber creado mensajes con contenido sexual explícito y sólo un cuarto lo envió; El *sexting* es una práctica que se ha constituido como «casi una norma», entre los adolescentes británicos, que poseen pareja; 58% de quienes enviaron estos mensajes los enviaron a sus parejas y un 15% reveló que lo había enviado a un extraño; seis de cada diez jóvenes informaron que les habían pedido mensajes con contenido sexual; mas del 50% de la muestra afirmó que había recibido mensajes e imágenes con contenido sexual y un tercio de ellos afirmó que provenían de desconocidos; 28% de los que compartieron sus imágenes con contenido sexual, no sabía si los mismos se habían difundido a otras personas y sólo el 20% afirmó que si conocía de la divulgación de sus contenidos a terceros (EFE, 2013).

Otro estudio, denominado *Sexting en Latinoamérica –Una amenaza desconocida* (Junio-Julio 2012) realizado con mayores de 18 años, revela que: el 59% de los entrevistados que lo practican desconocen el término; el 66% ha publicado fotos suyas en poses que sugieren desnudez, semidesnudos o totalmente desnudos; los canales utilizados para el envío de este tipo de contenidos son: APPS 78%; Redes Sociales 75%; *Instant Messenger, Inbox* o

*Chats*: 74%; *SMS* o *MMS* 71% y el *E-mail*: 69%. Las cifras indican que 90% de quienes se toman fotos o videos en poses eróticas para ser usadas en *sexting*, son mujeres. En el caso de México estas llegan al 75%.

Entre las principales razones para practicar el *sexting* se mencionan: romance, coqueteo, lucimiento, impulsividad, presión de los amigos, venganza, intimidación y chantaje. Así, de los consultados en el estudio *Sexting en Latinoamérica –Una amenaza desconocida*, el 64% opina que es un juego erótico o parte de la relación; 56% considera que es exhibicionismo y el 33%, lo hace para ganar notoriedad en el grupo de amigos.

Por otra parte, es muy fácil encontrar sitios en Internet que dan pistas sobre el *sexting*, como: *Ilovesexting.com*; *esnobgourmet.com*; *vice.com* o *actitudfem.com*. En este último, el 11 de septiembre del 2013, se publicó una guía para el *sexting* exitoso<sup>6</sup>.

Así, estamos en presencia de una práctica cultural que se realiza desde hace mucho tiempo: la exhibición del cuerpo, solo que gracias a la tecnología, el acto se ha multiplicado y magnificado. Junto a ello y de manera exponencial: la popularidad de quien se exhibe.



Una de las acciones interacción o botones más populares, de la red social Facebook es el: *Me gusta*. Identificado con el ícono de una mano con los dedos recogidos y el pulgar alzado, que según la convención, es un signo de aprobación. Ello, es la señal más clara que tiene el usuario de demostrar, la aceptación y anuencia, con respecto a un comentario o una publicación determinada (foto, video o enlace de interés). Y

Ello, es la señal más clara que tiene el usuario de demostrar, la aceptación y anuencia, con respecto a un comentario o una publicación determinada (foto, video o enlace de interés). Y

<sup>6</sup> Entre las recomendaciones tenemos: «Si no te sientes cómoda describiendo algo o usando ciertas palabras (como lamer, saliva, pene...) los expertos sugieren usar sinónimos comunes y apoyarnos usando imágenes. Los hombres son mucho más visuales que nosotras, así que perfectamente puedes incluir una foto de tu escote, un pedacito de tu ropa interior, o lo que tu imaginación te sugiera. Ten cuidado de borrar después estas imágenes y de pedirle a tu pareja que también lo haga, y de preferencia no envíes fotos muy reveladoras, por aquello de que lleguen a otras manos u otros ojos» (Saracho, 2013).

sobre todo, cuando se trata de la imagen del cuerpo de un adolescente que se muestra.

Los datos que aquí se exponen, son el resultado de un trabajo de exploración que se realizó en la esfera pública<sup>7</sup> de la red social *Facebook*. Se tomó información disponible en los perfiles y el muro de un grupo de diez adolescentes habitantes de la ciudad de Caracas, Venezuela, con edades comprendidas entre trece y dieciséis años. A partir de la solicitud de amistad intencional que se realizó a cuatro jóvenes conocidas en persona, se estableció contacto con otras seis, desde la técnica denominada *Bola de Nieve*. Así se obtuvo información de un total de nueve adolescentes de sexo femenino y uno del sexo masculino.

Este último adolescente fue incluido porque posee como característica el ser *travesti* y el construir su cuerpo según el modelo corporal normado atribuido al cuerpo femenino (cadenas y trasero prominente, uñas largas, cabello arreglado), además de autoreferenciarse en femenino. Las imágenes mostradas en su muro resultan determinantes para este trabajo.

El *corpus* analizado, está compuesto por un total de treinta (30) fotografías, obtenidas por medio de la selección de las imágenes mostradas en los perfiles. La misma se llevó a cabo durante ocho días consecutivos: entre el domingo 20 y el domingo 27 de octubre de 2013. Las imágenes se seleccionaron en función de un criterio: la *exhibición del cuerpo* como una práctica corporal que se evidencia a través de los indicadores propuestos por Lee Battaky (1994): la figura (tamaño y configuración); la expresión (gestualidad y movimiento) y la apariencia (indumentaria y ornamentación), a los que hemos añadido: escenarios y/o ambientes.

Como método de trabajo se utilizó la *cyberetnografía*, etnografía en entornos virtuales o Antropología digital. Según Fernández Huerta *et al* (2013), es una perspectiva etnográfica:

Que puede adaptarse a la comprensión de cómo se construye y manifiesta la cultura juvenil mediante el uso de uno de los dispositivos tecnológicos de la

<sup>7</sup> Aguilar y Said (2010: 200), mencionan la existencia de tres esferas o espacios de interacción: Esfera pública (Muro, Mensajes de grupos abiertos); Esfera privada (Chat, grupos cerrados, mensajes grupales), Esfera íntima (Mensajes de correo personal).

actualidad, el Internet y/o el ciberespacio, en el objetivo de hacer explícitas las formas tácitas y supuestas de construir y pronunciar sentido de parte de los sujetos jóvenes. Al respecto, se trata de un acercamiento lo suficientemente estrecho que permite entender cómo funciona determinada cotidianidad cultural, y en función de ello, cómo se configuran y viven las redes sociales, la cultura ciudadana y la calidad de vida en la moderna realidad (p. 124).

Para el análisis, el grupo seleccionado ha sido identificado de la siguiente manera: Adolescente 1; Adolescente 2; Adolescente 3; Adolescente 4; Adolescente 5; Adolescente 6; Adolescente 7; Adolescente 8; Adolescente 9 y Adolescente 10.

Uno de los primeros pasos que da el usuario en el caso de la red social *Facebook*, como forma de identificación y posible elemento de aceptación o adscripción a determinado grupo, es la configuración de su perfil del usuario. Aquí, tanto la fotografía del perfil, como la foto de la portada, funcionan para mostrar: gustos y preferencias. Así mismo, el nombre y el apodo, serán claves en el caso de los adolescentes. Otros elementos determinantes son: el lugar geográfico del cual proviene, la ciudad en la que actualmente habita, así como los datos sobre formación y empleo.

En el momento en que el sujeto usuario construye su perfil en una red social virtual, como el *Facebook*, la situación es similar a la de un lienzo en blanco en donde el sujeto-usuario puede crear el retrato de sí mismo que mejor le parezca, resaltando los elementos que quiere hacer evidentes y ocultando aquellos que no considera relevantes dentro del nuevo sujeto que está creando (Aguilar y Said, 2010: 201).



Es ese el espacio que funciona para la creación del sujeto imaginado y muchas veces, idealizado.

Entre los servicios para la interacción mas populares que brinda *Facebook* y que han sido utilizados para el análisis tenemos: la *lista de amigos*, a través de la cual el usuario muestra a quienes están en su lista de aceptados como tales en la plataforma. La aplicación no discrimina si se trata de amigos reales o no, sólo si son: mejores amigos, conocidos o si pertenecen a una categoría a la cual está adscrito el usuario, tal como: el centro de estudios; una ciudad o quienes tienen un gusto común, como por ejemplo: seguidores de un grupo musical o de una telenovela determinada. Este elemento es fundamental, pues en el caso de los adolescentes monitoreados, algunos poseen gran cantidad de amigos, muchos de los cuales conocen a través de la red. Los altos índices de amigos, se traducen a efectos del universo de interacción que se genera en la red, como directamente proporcional a la popularidad. Y ello, a nivel simbólico eleva el capital social, aunque en la práctica, tales amigos no sean efectivos, en el mejor sentido del término. Desde este servicio, también se pueden sugerir amigos, reportar, bloquear o eliminarlos. Resulta interesante señalar, que algunos de los amigos del grupo estudiado, se reportaron como tales, a través de la solicitud de amistad. Esto sin conocer a quien les solicitaba. La aceptación se hizo tal vez por una simple imitación, de quienes ya lo habían hecho y que estaban incluidos dentro de su red. El total de amigos del grupo estudiado (diez personas) es el 9.213 y 3.080 seguidores. Aun así:

Los 'facebookeros' no conocen a todas las personas que tienen agregadas en la red social. Un estudio realizado por *PewResearch Center* asegura que cada usuario tiene una media de 229 amigos en *Facebook*, de los cuales con el 7 por ciento no se ha mantenido ningún contacto en persona y con el 3 por ciento solo se ha contactado fuera de la red social una vez (PortalTIC, 2011: párr.-2:).

El *muro* o *biografía*, sirve para que el usuario escriba determinados mensajes con el fin único de que sea percibido por el otro. Generalmente, son mensajes visibles para quienes están dentro del grupo de amigos del usuario y, en algunas ocasiones también son visibles para los amigos de los amigos. De ahí, que funcione como una red. Desde el muro se puede actualizar un estado, agregar fotografías, establecer hipervínculos, etc.

Las *fotos*, las cuales se presentan de formas individuales o agrupadas, a partir de una de las aplicaciones que ofrece el *Facebook*. También a través

de la presentación de álbumes, los cuales son creados por el usuario titular de la cuenta. A las fotos se accede por dos vías, a través del muro o la biografía de otro usuario, o porque se ha sido *etiquetado* en una de ellas. Este último paso implica, la selección premeditada de algún usuario<sup>8</sup>. A continuación el análisis de las imágenes seleccionadas (ver tabla 1).



### EL CUERPO ADOLESCENTE EN FACEBOOK. HALLAZGOS PRELIMINARES

Un primer hallazgo se deriva del hecho que el nivel socioeconómico y sobre todo, el entorno en el que conviven, evidencia determinadas relaciones con el cuerpo. Del grupo seleccionado: tres pertenecen a nivel bajo, cuatro a nivel medio bajo y tres a nivel medio.

Se impone una vez más la odiosa distinción de clase señalada por Pierre Bourdieu (1998). La exhibición del cuerpo posee elementos diferenciadores entre quienes poseen mayor capital cultural (también denominado Capital Escolar y que se traduce en opciones de formación, y si se quiere, de

<sup>8</sup> Según los datos proporcionados por *Facebook*, la red posee una capacidad de 160 *terabytes* de almacenaje para publicar fotos. Actualmente se estima que hay cinco mil millones de fotos publicadas en dicha red social. Lo cual es un referente importante para comprender las dimensiones de la hipervisualidad que esta red permite. En el caso del grupo de adolescentes seleccionadas, las mismas poseen un total de 4806 fotos publicadas.



**Tabla 1**  
**Características de los sujetos estudiados a partir de la información pública de los perfiles en Facebook,**  
**al 26 de junio de 2014**

| Identificación | Fecha de nacimiento en el perfil | Amigos     | Seguidores    | Juegos  | Fotos | Nivel socioeconómico | Grupo de adscripción                                   |
|----------------|----------------------------------|------------|---------------|---|-------|----------------------|--|
| Adolescente 1  | No específica                    | No muestra | 759           | Criminal Case; Travian  | 366   | Bajo                 | *_*_*_*<br>Adolescentes <3<br>marihuana*_*_*_*         |
| Adolescente 2  | No específica                    | 390        | 23            | Candy Crush Saga  | 843   | Medio                | No al maltrato<br>Animal                               |
| Adolescente 3  | 1994                             | 327        | 13            | Candy Crush Saga;<br>Criminal Case  | 211   | Media bajo           | Ágr.gAd.Á*<br>*MAStV.Á...                              |
| Adolescente 4  | 1989                             | 4989       | 124           | Candy Crush Saga;<br>Criminal Case; Diamon<br>Sigger Saga;<br>Pet Rescue Case                 | 106   | Media bajo           | No específica  |
| Adolescente 5  | No específica                    | 1747       | No específica | Dungeon Rampage;<br>Dragon City Sreaker;<br>The Sims Social; Social<br>Empires; Dungeon Blitz | 342   | Media bajo           | REALHIP HOP<br>VVENZOLANO                              |
| Adolescente 6  | 1994                             | 1380       | 1118          | No específica   | 672   | Bajo                 | KamasutraWeed  |
| Adolescente 7  | No específica                    | 224        | No específica | No específica   | 1122  | Medio                | No específica  |
| Adolescente 8  | No específica                    | 434        | 5             | Candy Crush Saga  | 350   | Medio                | los que amamos<br>a nick jonas /love<br>for nick jonas |
| Adolescente 9  | No específicae específica        | 785        | 1243          | City Ville  | 266   | Bajo                 | No específica  |
| Adolescente 10 | 1997                             | No muestra | No específica | Juegos IX; Bubble Island;<br>Egg Buddies; Los Sims  | 870   | Media bajo           | No específica  |

Fuente: Elaboración propia.

utilización del tiempo libre). Esta relación comparativa se mantiene en relación al Capital Económico. Así, quienes poseen mayor Capital Económico, tienden a mostrar el cuerpo bajo otras pautas, distintas a las que propone el *sexting*. A menor Capital Económico y Cultural, mayor tendencia al *sexting*. Y por otra parte, la relación entre la exhibición del cuerpo y el Capital Social, es directamente proporcional. A medida que muestran y exhiben el cuerpo, para ser deseado, en esa medida muestran mayor cantidad de amigos y seguidores. Es la ilusión de la popularidad la que se impone, frente a otras carencias tales como: las económicas, las culturales y las afectivas.

Destaca además un elemento que tiene que ver con la práctica de la sexualidad. Una de las maneras de ganar popularidad se vincula con el hecho de comunicar directa o indirectamente que se es sexualmente activo. Y ello sería coherente con los resultados de otros estudios en torno al *sexting*. Así, quienes tienden a mostrar sus propias imágenes bajo la norma del *sexting*, también muestran otras imágenes en las que el acto sexual es protagonista. Elemento que se refuerza a través del lenguaje escrito.

En relación a la figura (tamaño y configuración), una adolescente considerada *bella*, posee un capital corporal más amplio que alguien considerada como *fea*. Este elemento de diferenciación es al que alude Bourdieu, con la noción de *habitus*. Este sirve además para establecer la relación entre prácticas y clases sociales. Es el *habitus* el que permite comprender la preeminencia de prácticas específicas y el protagonismo de unas por encima de otras.



La expresión (gestualidad y movimiento) por una parte, apunta a reforzar las partes del cuerpo que necesitan ser mostradas: los senos, las nalgas y la boca. Los dos primeros son los fragmentos corporales a través de los cuales se evidencia de manera inmediata los cambios corporales: de niña a mujer. Unos senos y unas nalgas prominentes poseen connotaciones específicas en nuestra cultura: son sinónimo de belleza, de goce y fertilidad.

De ahí la necesidad de mostrarlas: ajustarse a la norma y sobre todo seguirla. La boca es elemento que comunica y es sobre todo, el medio a través del cual el contacto sexual se inicia en la mayoría de las adolescentes. Besar y besar de determinada manera, es signo de distinción. El beso francés se impone y es necesario dejar claro, que se está dispuesto a ello.

La apariencia (indumentaria y ornamentación) se lleva principalmente como aditamento que en la mayoría de los casos contribuye a resaltar los fragmentos del cuerpo que se desean exhibir. De ahí la importancia de los escotes, las mini faldas, los *shorts* o *hot pants* y la ropa ceñida, para luzca como de «Dos tallas menos». Un elemento que destaca es la exhibición de la marca. Esta es señal de estatus, aun cuando se trata de las replicas que impone la piratería. No importa si es original, lo efectivo es que parezca original.

El pelo largo, es un elemento que se mantiene con signo de feminidad. Llevarlo liso, apunta también a la distinción. De ahí se explica la proliferación de la «plancha» como artefacto indispensable. Junto a ello, de manera indirecta resalta el dispositivo de registro: No sólo es importante fotografiar al propio cuerpo, también es importante dejar claro el dispositivo utilizado en este registro. De ahí la intencionalidad de mostrar el tipo, la marca o el modelo, pues son elementos que contribuyen con la distinción y agregan estatus a quien lo poseen. El valor simbólico directamente proporcional al valor económico. Mientras más caro el dispositivo, mayor estatus dentro del grupo de adscripción.

Los escenarios y/o ambientes desde los cuales se registra el cuerpo que se muestra y exhibe para ser alardeado, son básicamente escenarios privados o íntimos: posar sobre la cama, en el baño o en la sala de casa, sin que más nadie aparezca en el registro. Lo interesante es que se parte del espacio privado para mostrarlo en el espacio público. Este elemento ha

sido fundamental para identificar las condiciones del espacio en el que habita o en el que hacen vida los sujetos seleccionados. Mientras algunos muestra lugares a los que ha visitado como playas, montañas, restaurantes u otros países, otras muestran fundamentalmente la calle del barrio: espacio de libertad por excelencia. Otro elemento que resalta es el transgresivo como una forma de incrementar la popularidad: exhibir un arma, juguetes sexuales o evidenciar el consumo de drogas a través de objetos o actos que se registran, aumenta la popularidad.



Para Judith Butler, el género, el sexo y la sexualidad son performativos y se materializan en los cuerpos. Esto es, construido social y culturalmente, a partir de la repetición que se ge-

neran principalmente desde los actos del habla, y por tanto, desde el discurso, lo cual no excluye a la imagen. Butler nombra a la performatividad como «la práctica reiterativa y referencial mediante el cual el discurso produce los efectos que nombra» (Butler, 2012: 18). Así, a través de la performatividad se normalizan y naturalizan determinadas prácticas, relaciones y modelos. Esta acción muestra cómo se asume el ser normado, en lo que respecta a los modelos corporales.

## A MODO DE CIERRE

Concluimos que en el grupo seleccionado, existe una marcada tendencia por mostrar el cuerpo a través de las normas que de manera indirecta ha impuesto el *sexting*. Poses sensuales, bocas dispuestas al deseo. Los senos y las nalgas son fragmentos del cuerpo que se privilegian como el botón que se ofrece. Elementos que a su vez, poseen referencias claras en los modelos corporales creados a partir de las postales francesas de comienzos del siglo XX y de las *Pin Up* de mediados del mismo siglo. Desde ambas se contribuyó a legitimar algunos modelos corporales que marcaron el imagi-

nario del deseo. Senos, nalgas, bocas, pubis, se transformaron en los fragmentos privilegiados. En este tipo de imágenes, el cuadro es recreado, escenificado para ajustarse a los patrones estéticos de moda. Se apunta así a lo que Fabián Giménez Gatto (2011) ha denominado como una puesta en escena del deseo.

Por tanto, desde la imagen, se emiten mensajes concretos en torno al cuerpo femenino, el cual comenzó a adquirir formas y funciones específicas. Los clichés visuales, se hicieron presentes. Pareciera que, un cuerpo femenino con curvas, senos grandes y traseros prominentes, es un cuerpo lleno de deseo, que está dispuesto para el acto sexual en cualquier momento. Un cuerpo pleno de deseo es por tanto, un cuerpo deseable. Los otros cuerpos, en el que se incluye a la inmensa mayoría de mujeres que no se acogen a dicha norma, pareciera que es incapaz de desear y sentirse deseada. Se trata de una normativización de la sexualidad en base a ideales basados en el artificio.

El modelo corporal que se impone es el de niñas-mujeres, que se materializa a través del imaginario del deseo que la *Lolita* ha impuesto. Son así, adolescentes seductoras que se muestran dispuestas a dar rienda suelta al deseo sexual de quien desee poseerlas. Otra dimensión que resulta un referente fundamental, es el denominado performance social que aporta Jeffery Alexander (2006). Para él, al igual que para Erving Goffman (1959)

Las comunidades virtuales están diseñadas, precisamente, para permitir a sus usuarios la posibilidad de *re-crearse, re-diseñarse* y convertirse en versiones, quizás mejoradas, de sí mismos (...). Así pues, resulta posible ser quien se desea ser o, mejor aún, ser conocido por lo que se desea que se identifique de sí mismos, por encima de las categorías de clase, raza y género (Aguilar y Said, 2010: 195).

De ahí que haciendo uso de su capacidad de agencia, estas adolescentes se reconstruyen e inventan a la medida del grupo que las acepta y sigue. Creando así, un círculo en el que el cuerpo se moldea y construye para la norma, norma que a su vez es transgresión de otra norma: la de la privacidad y la vida íntima.



Lo que vemos aquí en líneas generales, es que el despertar de la sexualidad como práctica común en todas las sociedades, se mantiene. Lo que se ha modificado son las relaciones con la corporeidad y con la corporalidad, todo ello potencializado por el uso de las tecnologías y de las redes como espacios de reconocimiento y como mecanismos para mostrar los marcos de referencia.

Se trata por tanto de repensar las opciones que desde diversos ámbitos nos ayuden a mantener relaciones diferentes con nuestros cuerpos, sobre todo con los cuerpos femeninos. Se trata también de reflexionar en torno a las normas sociales en las que la aceptación pasa directamente por la exhibición. Tomar conciencia sobre los modelos corporales que nuestras sociedades han construido y que se mantienen, a pesar del sufrimiento que ello implica. Ahora sólo hemos explorado lo que las imágenes muestran y representan. El paso siguiente es explorar en las subjetividades de las adolescentes a partir de sus prácticas corporales y con ello, acercarnos a la mirada que propone el paradigma del *Embodiment*. Reflexionar en torno a la noción de belleza del cuerpo femenino y cómo esta sirve tanto para incluir como para estigmatizar.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUILAR, Daniel E. y SAID, Elías

2010 «Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook» En *Zona próxima*. Barranquilla, Universidad del Norte.

ALVARADO, Morella

2012 *Habeas Corpus: Prácticas corporales y geografía de la belleza en Mexicali*. Mexicali, Instituto de Investigaciones Culturales, Universidad Autónoma de Baja California.

ALVARADO, Morella y MALDONADO, Carla

2012 *Pinta Prison Art: De la pornotopía a la postpornografía* (En Imprenta). Caracas: UCV.

BATTKY, Lee

1994 «Focault, Feminismo y Modernización Del Poder Patriarcal». En: *Mujeres, Derecho Penal y Criminología*. Madrid: Siglo XXI.

BAUDRILLARD, Jean

2009 *La Sociedad De Consumo. Sus Mitos, Sus Estructuras*. Madrid: Siglo XXI Editores.

BAUMAN, Zygmunt

2007 *Tiempos Líquidos. Vivir En Una Época De Incertidumbre*. Barcelona: Tusquets Editores.

BOURDIEU, Pierre

1986 *La Distinción. Criterios y Bases Sociales Del Gusto*. Madrid: Taurus.

BOURDIEU, Pierre

2002 *Meditaciones Pascalianas*. Barcelona: Anagrama.

BOURDIEU, Pierre

1998 *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

BUTLER, Judith

2002 *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del sexo*. Buenos Aires: Paidós.

EFE

2013 «El “sexting” se extiende entre los jóvenes británicos, según una encuesta» En: El Colombiano. Disponible en: [http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/el\\_sexting\\_se\\_extiende\\_entre\\_los\\_jovenes\\_britanicos\\_segun\\_una\\_encuesta/el\\_sexting\\_se\\_extiende\\_entre\\_los\\_jovenes\\_britanicos\\_segun\\_una\\_encuesta.asp](http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/el_sexting_se_extiende_entre_los_jovenes_britanicos_segun_una_encuesta/el_sexting_se_extiende_entre_los_jovenes_britanicos_segun_una_encuesta.asp) Consulta: 23 de junio de 2014.

FERNÁNDEZ HUERTA, Christian; ORTIZ MARÍN, Ángel Manuel; SANTILLÁN,

BRICENO, Victoria Elena; VILORIA HERNÁNDEZ, Esperanza

- 2013 «Un acercamiento a las culturas juveniles y la mediación tecnológica mediante la ciberetnografía». En: *Las subjetividades juveniles en los entramados culturales contemporáneos. Un estudio con jóvenes argentinos y mexicanos*, Neuquén, Nacional del Comahue y Universidad Autónoma de Baja California

GALVIS, Natalia

- 2009 *Prácticas corporales: un despliegue del cuerpo en la tensión de lo formal y lo informal*. Medellín: PES Grupo de investigación prácticas corporales, sociedad, educación-currículo.

GIMÉNEZ GATTO, Fabián

- 2011 «Parapornografía o la puesta en escena del deseo». En Del Llano Ibáñez, M.; Molatore, L. (coords.). *Los nuevos círculos del nuevo infierno*. México: UAQ.

HENOSTROZA, William

- 2012 *Estadísticas del Facebook en Latinoamérica y España, en: Websespacio*, Disponible en: <http://myspace.wihe.net/facebook-latinoamerica-espana-analisis-estadisticas/> Consulta: 23 de junio de 2014.

MUÑIZ, Elsa

- 2007 «Cuerpo y Corporalidad. Lecturas Sobre El Cuerpo» En *Tratado de Psicología Social. Perspectivas Socioculturales*. 1ra ed. Ciudad de México: Anthropos Ediciones de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.

PANTALLAS AMIGAS, eCGlobal Solutions; eCMetrics; CLIPS Instituto de Pensamiento

- 2012 *Sexting en Latinoamérica –Una amenaza desconocida (2012) Encuesta On Line (Junio-Julio 2012)*. Disponible en: <http://www.sexting.es/estudio-sexting.shtml> Consulta: 26 de junio de 2014

PORTALTIC

- 2011 *Los usuarios de Facebook no conocen en persona al 7% de sus amigos*. Disponible en: <http://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-usuarios-facebook-no-conocen-persona-amigos-20110620155742.html> Consulta: 23 de octubre de 2014.

REYES, Romás

- 2009 «Habitus» *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales. Terminología Científico-Social*. Madrid-México: Ed. Plaza y Valdés.



SARACHO, Carolina

- 2013 «Guía para el sexting exitoso. Convierte al Whatsapp en tu mejor aliado»  
En: *Placer Fem.* Disponible en: <http://www.actitudfem.com/sexualidad/articulo/como-hacer-sexting>, Consulta: 26 de junio de 2014

SILVA ECHETO, Víctor

- 2006 «A modo de entrada. Los múltiples pliegues del cuerpo: comunicación, poder y feminismos», En: *Sin carne. Representaciones y simulacros del cuerpo: tecnología, comunicación y poder.* Sevilla: Arcibel Editores y Grupo de investigación de escritoras y escrituras.

SOCIAL DAILY, Media Global Info Center

- 2014 *Statistics – Venezuela*, Disponible en: <http://analytics.socialdaily.com/en/facebook/countries/VE/> Consulta: 23 de junio de 2014. *Tendencias Digitales (2012)* Disponible en: <http://www.slideshare.net/antonioedasilvacampos/ usos- internet-venezuela2013-por-tendencias-digitales> Consulta: 23 de junio de 2014.

TORRES GARCÍA, Francisco

- 2008 «Modelos hegemónicos, creaciones siniestras: el cuerpo en la cultura depre-dadora» En: *Registros Corporales.* Ciudad de México: UAM-Azcapotzalco.

TORRES GARCÍA, Francisco

- 2010 *De Los Cuerpos Dóciles a Los Cuerpos Siniestros. Una Historia Del Cuerpo En La Modernidad.* Ciudad de México: Editorial Torres Asociado.

