



Sexualización en Adolescentes: Impacto de Redes Sociales y Publicidad en la Percepción del
Proceso de Sexualización en Estudiantes

Christian Garcés Alarcón

Profesora Guía

Marcia Ravelo Medina

30 Octubre 2020

Pedagogía de Educación Media en Asignaturas Científico-Humanistas con Mención Inglés

Departamento de Estudios Pedagógicos

Facultad de Filosofía y Humanidades

Universidad de Chile

Resumen

La hipersexualización de las mujeres aparece como un fenómeno poco aludido en el contexto sala de clases, al igual que las consecuencias de la reproducción de ese discurso en los procesos de sexualización adolescente. Este escrito investiga este fenómeno sociohistórico entendiendo la sexualización del cuerpo femenino como un medio para la reproducción social de patriarcados, amplificado principalmente por el consumo de cuerpos en la publicidad de medios de comunicación y las redes sociales. Se dispone una entrevista a una activista por los derechos de la mujer para dilucidar el impacto que el consumo de cuerpos puede llegar a tener en la población estudiantil, tanto femenina como masculina. Baja autoestima, expectativas estéticas distantes a la realidad local, y un distanciamiento de los posicionamientos ideológicos de estudiantes hombres y mujeres resultan como consecuencia de un mercado de consumo de cuerpos que amplía su público a población cada vez menor en edad.

Palabras claves: sexualización, consumo de cuerpos, cuerpo, sobrecarga de sexualidad

Índice

Resumen	3
Introducción	5
Marco teórico	6
Metodología	11
Resultados y Discusión	12
Conclusiones y Propuestas	17
Referencias	19
Anexos	21

1. Introducción

Durante el ejercicio de la labor docente, la cotidianeidad aparece como cuestión esencial en el entendimiento de las prácticas llevadas en la sala de clases. Precisamente, es acá donde se concretan micro-procesos sociales en cuyos pasos se pueden transformar las lógicas hegemónicas (Zemelman, 1999); pueden realizarse transformaciones a la cultura dominante materializándose desde dentro considerando intereses y reglas propias (De Certeau, 2000), haciéndose entender como un proceso continuamente construido. Es en estos espacios de construcción continua donde pueden, o no, aparecer contradicciones o vacíos, y es desde allí que el análisis de las ideologías subyacentes en el discurso escolar se suscita como un medio esencial para entender los procesos de apropiación identitarios, sociales o, bien, corporales que estudiantes puedan tener.

Al hacer hincapié en la labor de la docencia cotidiana como práctica social, se desprende con cierta facilidad la coexistencia de patrones de conducta, rutinas, valores y otros contenidos que se comparecen con las prescripciones de carácter institucional – cercanas a las visiones teóricas de Bourdieu (2007), donde el conocimiento práctico representa la lógica imperante en el sistema. Sin embargo, de igual manera, existen experiencias nuevas por parte de estudiantes que se traducen en oposiciones, innovaciones o nuevas adecuaciones del currículo escolar de las que docentes puedan desarrollar, ajustándose a sus propias convicciones o creencias generales; desde la adolescencia, hasta la sexualidad, los riesgos de esta etapa de la vida u otras problemáticas intrínsecas del cuerpo estudiantil. Es de esta forma que los espacios de práctica docente cada vez incorporan más elementos extracurriculares que, con apariciones hasta a veces inesperadas en las salas de clases, deben ser tratadas e incorporadas sobre la marcha. Se hace hincapié en cómo se lidian con estas apariciones durante el desarrollo de las actividades curriculares porque a veces estas no están limitadas eficientemente, o son simplemente obviadas, en la construcción de un plan de trabajo escolar íntegro. En el caso de mi experiencia a través de las prácticas profesionales impartidas durante el programa, aun cuando los comentarios sexuales o corporales por parte de estudiantes no me tomaban por sorpresa, estos se hacen cada vez más presentes y terminan por desarrollar narrativas delineadas de humor o, bien, de las formas de relaciones interpersonales dentro de la sala de clases.

El foco en lo sexual como problemática dentro del aula surge producto de interacciones que tuve con alumnos en donde ellos me mostraban fotos de mujeres a través de sus cuentas de Instagram, en cierto intento, a mí parecer, por buscar mi aprobación no tan sólo como docente, sino que también como hombre. Existía cierta línea específica en cuanto a cómo eran los cuerpos o las figuras de cada una de las mujeres, contando con características físicas similares; ya sea un busto abultado, un cuerpo fitness con un bajísimo índice de grasa, etc. Es por este motivo que he determinado abordar la temática de qué tipos de cuerpos se consumen en la sala de clases y qué impactos aparentes tiene en la población estudiantil y su proceso de sexualización. De esta manera, el presente ensayo tiene como propósito entender, mediante revisión de artículos académicos, cómo la publicidad y/o redes sociales pueden influir en la percepción de las sexualidades adolescentes en estudiantes del contexto nacional. De igual forma, también se trabajará con una entrevista realizada a una conocida psicóloga dentro de la escena del feminismo local para intentar dilucidar qué es lo que está involucrado en este proceso de consumo de cuerpos y qué pasos pueden llegar a tomarse para educar a estudiantes y docentes con respecto a ello. Es por esto que es necesario, primeramente, abordar los procesos de construcción de adolescencia y sexualidad que el alumnado experimenta tanto personal como socialmente.

2. Marco teórico

A continuación, se presenta una revisión de literatura relacionado al tema en cuestión, agrupada en distintas categorías temáticas, comenzando con *Construcción de la Adolescencia* y *Construcción de la Sexualidad*, para luego adentrarnos en el *Consumo de Cuerpos Femeninos* y el uso de medios de comunicación y redes sociales como plataformas para su realización

Construcción de la Adolescencia

Tanto como el término de sexualidad como la clasificación de género, entendemos la adolescencia como una construcción sociohistórica que evidencia cierta necesidad social de mantener un orden hegemónico imperante (Feixa, 1989). El nacimiento del concepto de adolescencia, o juventud en su defecto, es comprendido como producto del desarrollo de la sociedad industrial, en el momento en que se impide la mano de obra infantil y se exige la

obligatoriedad de la educación (Kett, 1993). Desde ese momento, la noción de adolescente o joven se ha asociado a la generalización de la educación formal y al sometimiento que esta ve en la comunidad y familia como espacios que, típicamente, introducen a una persona en la vida adulta y al entorno laboral (Rodríguez, 1995). Asimismo, cabe destacar que los aspectos sociales de desarrollo adolescente convergen con los ámbitos sociales de ejercicio del poder. Estos consideran tanto diferentes grados de resistencia y adaptación como también incluyen espacios en el hogar, la reproducción social, la seducción erótica y la sexualidad, entendiéndolos igualmente como recursos de control, manipulación y poder (Foucault, 1987). Las dinámicas imperantes en la construcción de la adolescencia la afrontan con un tumulto de patrones en donde la sexualidad, específicamente, está regida y delimitada por factores externos sociales: ¿qué otro tipo de sexualidad se espera de un/a adolescente, por ejemplo, que observa cánones de belleza distantes a la realidad de su día a día?

De esta forma, la perspectiva de género aparece como un mecanismo capaz de asistir saberes noveles sobre las dinámicas y lógicas incorporadas en las experiencias y prácticas sexuales adolescentes. El descubrir y comprender cómo actúan los estereotipos comunes, cómo se ejerce dominio sobre mujeres junto a su sometimiento cotidiano, y qué conductas y prácticas de jóvenes fortalecen o transgreden las estructuras tradicionales nos da el espacio suficiente para comprender, y en lo posible reconstruir, las posiciones psicológicas, biomédicas y de control social que han perdurado en este terreno determinado. Nos encontramos con posicionamientos y nociones que ven lo sexual como tabú, estrechando los espacios de inquietudes y discusiones que adolescentes puedan llegar a tener.

Construcción de la Sexualidad

Los estudios sobre esta materia han estado delimitados, en un principio, a investigaciones guiadas por metodologías cuantitativas. Si bien pudieron contribuir inicialmente con conocimiento provechoso en este campo, también evidenciaron una clara inclinación a catalogar a las personas de acuerdo con principios normativos y a confundir las prácticas sexuales con los significados que la sexualidad contempla para las personas (Tuñón & Eroza, 2001). Se impera, aún en ciertos sectores, una visión simplista en cuanto a lo sexual; reduciéndose meramente al acto sexual por sobre los distintos matices presentes en el descubrimiento corporal y psicoafectivo de una persona.

Tal y como era señalado anteriormente, el afirmar que género y sexualidad corresponden a construcciones socioculturales conlleva a entender que, en primera instancia, ninguno de los dos conceptos son *naturales*, y que es el contexto cultural lo que le ha otorgado más valor al género masculino por sobre el femenino (y el que, de igual forma, le ha entregado a la sexualidad heterosexual más valor que a la homosexual). Si bien se trata de una invención histórica que manifiesta las posibilidades del cuerpo, sus significados, y el peso que a ellos podamos atribuirles, están representados por situaciones sociales concretas (Weeks, 1998). Asimismo, Foucault (2000) identifica el lugar del poder y de la represión de la sexualidad no tan sólo en las relaciones constituidas entre géneros, sino que también en la histórica *naturalización* de las relaciones heterosexuales. De esta manera, se responde a la lógica reproductiva, dejando marginadas y mostradas como prácticas sexuales "desviadas" a las que sólo intentan reivindicar el objetivo original del placer. Nos encontramos, entonces, con la existencia de binarismos lingüísticos con los que se enfrentan la cuestión de lo sexual: lo masculino y lo femenino, lo activo y lo pasivo, macho y hembra, etc. Denunciado cada uno de estos como paradigmas restrictivos en cuanto a los modos de ser y vivir la sexualidad, dado que imponen como "normal", como "correcta", como "no enferma" (y un extenso etc.) una sexualidad monógama, heterosexuada y reproductiva: la llamada heteronormatividad que se desprende de esta subjetivación. En este sentido, Foucault (1999) presenta que la subjetivación es una fase individualizante de sometimiento, moderado por relaciones de poder que llevan a la estructuración del "individuo disciplinario"; es decir, que la subjetividad es un producto de los dispositivos de normalización de la sociedad en el individuo. De esta manera, se merma al proceso de sexualización adolescente acotándose a un mero trámite de carácter *natural* reproductivo familiar y social. Con respecto a esto, Butler (2007) comenta que el proceso subjetivo ocurre en sociedades heteronormativas con sistemas de poder que pretenden reglamentar los vínculos de una persona con el otro u otra, y ella misma, erigiendo formas de ser y de existir que componen la percepción del sí mismo. El lineamiento de determinados estándares de belleza, por ejemplo, define vínculos concretos en la sala de clases, en donde alumnos pueden desentenderse y distanciarse de los efectos que estos estereotipos estéticos compartidos en la vía pública y en redes sociales pueden tener en sus compañeras.

Según indica Connell (2003), una de las diferencias por la que los hombres se establecen como tales es a partir del aspecto de la sexualidad, y que el contexto occidental, en específico, ha

situado particular importancia en la significación del *ser* hombre en base a la manifestación de la sexualidad de carácter heterosexual. De esta manera, masculinidad no aparece como término equivalente de hombres, sino que de subjetividad y estructura; en otras palabras, la masculinidad se confiere como un ejercicio social estructurado que determina aspectos de poder en la cimentación de identidades colectivas vinculadas a la sexualidad entre hombres (Rupp, 2001). Es esta construcción de identidad sexual, entonces, la que se ve fuertemente subyugada e influenciada a factores de diversos tipos. Para cementar una identidad de hombre, un joven adolescente construirá su identidad sexual en base a los distintos estímulos que encuentre en su entorno familiar o, bien, virtual. El consumo de cuerpos en medios de comunicación y su publicidad, o en redes sociales para fortalecer la imagen de qué se entiende por ser hombre, aparece como acción casi innata para dar un paso más en esta significación personal y sexual.

Consumo del Cuerpo Femenino

Las dinámicas sociales son fortalecidas y propagadas históricamente siempre y cuando se encuentren arraigadas a las estructuras materiales y simbólicas de la sociedad. La sobresexualización de mujeres corresponde a un acto social presente tanto en la estructura social como en el imaginario colectivo. Para que el propósito de la sobrecarga sexual consiga una estadía constante en el imaginario colectivo, las formas de socialización tienen que establecer continuamente discursos y representaciones con la intención de concebir modelos normativos femeninos estructurados alrededor de la sexualidad como base identitaria de las mujeres. Entendiendo a la socialización como un instrumento esencial en la construcción de la subjetividad, al momento en que uno de sus pilares se encuentra direccionado a la construcción de una feminidad organizada a favor de la objetualización del cuerpo femenino, entonces, forzosamente se fabrica una subjetividad estructurada enfocada en la sexualidad (Pastor, 2004). En definitiva, al examinar las estructuras simbólicas sociales, es posible entrever una clara narrativa patriarcal sobre la posición de objeto asignado al cuerpo y sexualidad de las mujeres.

El modelo normativo impuesto a mujeres somete cuotas de sexualización que son observables en la industria plástica, en la rigidez de los cánones de belleza, o en la sujeción a las indicaciones de la moda. Estas pueden ser observadas en la industria del cine, la televisión, y, por sobre todo, en la publicidad, compartiendo constantemente preceptos socializadores con la intención de proliferar un modelo de feminidad basado en el atractivo sexual y físico: “Los

medios de comunicación, la publicidad, enseñan a la mujer que tiene el deber de seducir y de preocuparse por su imagen, porque su valor depende directamente de dicha imagen” (Vidal Claramonte, 2002: 104). El paradigma normativo que se detalla promueve esencialmente la erotización del cuerpo de las mujeres, y esto ha generado un impacto social y cultural significativo al promover la noción de que las mujeres deben ser apreciadas principalmente por su atractivo físico o sexual, llegando este mensaje desde niñas hasta mujeres adultas. Natasha Walter manifiesta que las “imágenes sexualizadas de las mujeres jóvenes amenazan con borrar de la cultura popular cualquier otro tipo de representación femenina” (Walter, 2010: 91), subyugando cualquier otro tipo de manifestación o realización personal de cada mujer.

Durante los últimos años, los medios de comunicación se han enfocado en la producción de imágenes de mujeres hipersexualizadas, mostrando a la sexualidad femenina como cuerpos consumibles, en donde “la nueva cultura hipersexual redefine el éxito femenino dentro del reducido marco del atractivo sexual” (Walter, 2010: 23). Se conjuga, de esta manera, una influencia normativa para que las mujeres conciban a sus cuerpos y sexualidades como pilares de su existencia. Es en este tipo de contexto en donde pude ver alumnas en mis salas de clases alumnas minimizadas y sobrepasadas por imágenes estéticas inalcanzables, quienes también enfocaban su identidad personal a significarse mediante el atractivo físico y corporal.

Consumo de Cuerpos Mediante Publicidad y/o Redes Sociales

Al no existir trabajos escritos sobre la realidad nacional en cuanto al consumo de cuerpos femeninos mediante el uso de internet, se ha recurrido a la revisión de artículos en inglés. En ellos se especifica que, durante las últimas décadas, ha existido un interés exponencial en las implicancias de la exposición de adolescentes a contenido sexual explícito en internet (Flood, 2007; Peter & Valkenburg, 2006). Por ejemplo, Wolak et al. (2007) señala que alrededor de un 42% de la población adolescente estadounidense de entre 10 a 17 años ha sido expuesta voluntariamente a material pornográfico o contenido erotizado. Si bien la curiosidad sexual es típica en adolescentes (Savin-Williams & Diamond, 2004), y que los contenidos sexuales explícitos son de fácil acceso (Brown et al., 2006), la creciente exposición a este tipo de contenido trae como consecuencias inmediatas mayor preocupación sobre “lo sexual”, y visiones más determinadas en cuanto a la condición de mujeres como objetos sexuales (Peter & Valkenburg, 2008). Al normalizarse no tan sólo el consumo, sino que también la búsqueda y

facilidad de realización de ella, resulta cada vez más evidente la determinación de considerar los cuerpos vistos en medios audiovisuales o virtuales como literales objetos, extrapolando esta visión al día a día.

Adolescentes que consumen material sexual o erotizado no tan sólo replican comportamientos que aprenden de ellos, sino que también terminan por adoptar paradigmas normativos de consumo de cuerpos y expectativas distantes a sus realidades inmediatas. Es principalmente este tema lo que guía la investigación de esta revisión de literatura, ya que el consumo indiscriminado de cuerpo a través de la publicidad o de redes sociales promueve ideologías que se encuentran en un debate social actual. Por un lado, tenemos la perpetuación de la visión de mujeres objetos que no tan sólo radica en mujeres adultas, sino que progresivamente ha alcanzado hasta el consumo de cuerpo infantiles en publicidad; y, por otro lado, existe el espejismo con el que adolescentes desarrollan sus procesos de sexualización, en el que se crean expectativas arraigadas en un imaginario colectivo impuesto rigurosamente en distintos niveles sociales.

Metodología

Para poder adentrarnos en una discusión que pueda solventar dudas con respecto a cómo afrontar las temáticas detalladas anteriormente en la realidad local, se dispone la realización de una entrevista a Kena Lorenzini, psicóloga, fotógrafa y activista feminista.

Participantes

Se utiliza una selección de criterio (Dörnyei, 2007) para conseguir a la única participante. La decisión de optar por tan sólo una entrevista se vio predispuesta por las circunstancias extraordinarias en las que se realizó este escrito (entiéndase la pandemia y posterior cuarentena del presente año). En cuanto al criterio utilizado para iniciar el contacto con la participante, este está relacionado con la proximidad que los temas en cuestión tienen con una denuncia virtual que la participante realizó en una de sus redes sociales sobre publicidad de ropa escolar femenina y la subyacente hipersexualización de niñas presente en ella. Esta denuncia será abordada posteriormente en la sección de *Resultados y Discusión*.

Instrumento

El método de recolección de datos correspondió a una entrevista estructurada (véase Anexo A). La entrevista en si es bastante directa con respecto a cómo se aborda y dirige la discusión de los temas particulares a investigar, esto debido a que la participante señaló con anterioridad que contaba con tiempo restringido para responderla. A su vez, considerando el mismo motivo anterior, la participante optó por responder la entrevista mediante audios de voz. Sin embargo, cabe mencionar que las preguntas se disponen con una distribución desde lo más general a interrogantes más inquisitivas facilitando la indagación de posibles datos emergentes (Dörnyei, 2007).

Procedimientos

Como es señalado anteriormente, las respuestas a cada una de las preguntas de la entrevista fueron enviadas mediante mensajes de audios separados a través de la aplicación WhatsApp. Posteriormente, estos audios fueron extraídos para ser escuchados usando el software foobar2000. La utilización de este software proporcionó las herramientas necesarias para poder hacer escucha de estos mensajes a una velocidad más lenta, facilitando el proceso de transcripción manual de dicha entrevista que está incluida en la sección de Anexos.

Resultados y Discusión

A continuación, se presenta un análisis de secciones de la entrevista para guiar una discusión con respecto a las temáticas mencionadas a lo largo de este escrito.

Tal y como se mencionaba anteriormente, una de las razones directas de porqué existió un contacto con la participante fue una denuncia que ella compartió en una de sus redes sociales. En la publicación que ella realizó en Twitter, como se detalla en la Figura 1, existe la imagen de una niña modelando calcetines escolares en una posición que la participante dejó a entrever como erotizada.



Figura 1. Publicidad de Monarch para vestuario escolar (Paúl, 2020)

La pregunta que se genera es, obviamente, ¿existía alguna otra forma de promocionar un set de calcetines escolares sin tener que recurrir a que la joven *modelo* tenga que sentarse de esa forma mientras come un lollipop/paleta? No se sexualiza con anterioridad el uso de esta paleta, pero cabe destacar este intento de mezclar la inocencia infantil de la *modelo* con un dulce que históricamente ha sido asociado a prácticas sexuales en muchas producciones audiovisuales, como también el uso de estas *orejitas traviesas* dibujadas sobre la cabeza de cada una de las niñas. Es este entramado pragmático que se encuentra en un área gris no regulada de la ley chilena que intenta buscar en quien consume la relación entre niña escolar y *algo más*, ya que no se considera ni medita sobre sus poses, los objetos que emplean y las miradas que ellas transmiten (en Figura 2 podemos observar a qué tipo de imagen de colegiala apunta este tipo de publicidad). Estas observaciones, junto al hecho que no se trata de una posición natural de una escolar, genera el cuestionamiento sobre a qué tipo de público está esto dirigido, por ejemplo.

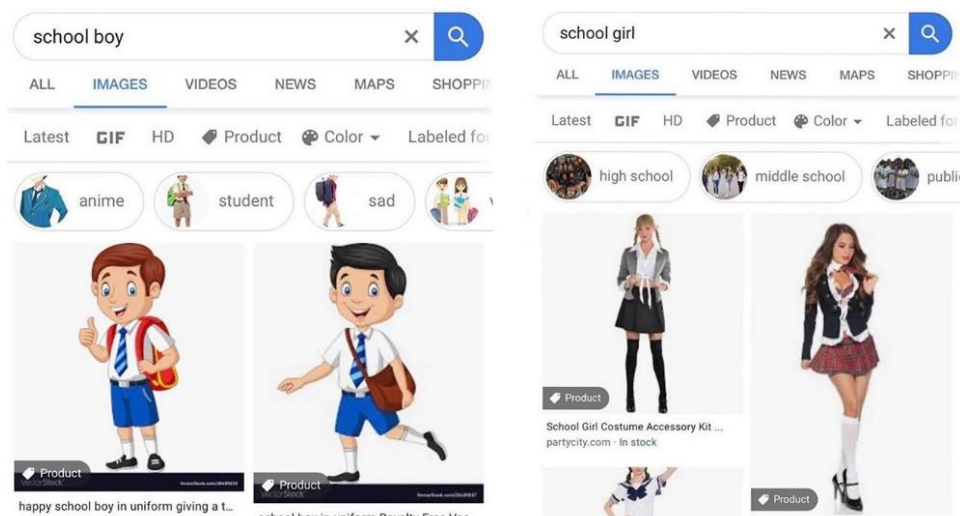


Figura 2. Búsquedas en Google detallando diferenciación de resultados según género

La entrevistada cuestiona justamente este posicionamiento de los medios de comunicación, la publicidad y las redes sociales en contraposición de una regulación clara en cuanto a las imágenes que ambos pueden compartir: “Entonces, para los adolescentes [...] es un enredo de parte de los medios de comunicación clásica porque, por un lado, les están mostrando imágenes sexualizadas, pero, por otro lado, negándoles la sexualidad y la discusión de esta”. El concepto de sexualidad, junto al proceso de sexualización de adolescentes y la educación sexual, siguen siendo temas tabúes en nuestro país, siempre vistos desde un enfoque biologicista y reproductivo. Afuera de la discusión quedan las relaciones afectivas, el placer, la prevención de enfermedades de transmisión sexual o la incorporación de diversidades sexuales. Sin embargo, los cuerpos siguen siendo consumidos, y no se regula ni direcciona qué tipo de contenido es el que está al alcance de adolescentes (se les presenta que dicho erotismo puede facilitar grandes beneficios sociales a través de esta exposición, por ejemplo). La participante señala que “en las redes sociales hay mucho de sexualidad, pero distorsionada, poco honesta”, por lo que se recurre al contenido virtual para abastecer esta discusión que se evita en el plano social:

El impacto que las imágenes o material audiovisual que adolescentes puedan llegar a ver en las calles, en medios de comunicación y su publicidad, o en redes sociales tiene una directa relación con las percepciones que puedan tener sobre sus propios cuerpos. Por un lado, tenemos el arquetipo de belleza femenina que no tan sólo ahora está presente en publicidad para mujeres mayores de edad, sino que también se ha arraigado en el público infantil (como en Figura 1) y

adolescente (como en Figura 3). “Si una detesta su cuerpo, y que le pasa a la mayoría de las personas y en especial a las mujeres; por tener una alta exigencia de lo que debemos ser o parecer, es muy atrofiador [sic]”. La imagen de un cuerpo de una modelo que no es escolar ni adolescente puede promover un falso sentido de cómo debiese una niña o adolescente lucir; teniendo que cargar con inseguridades por no poder alcanzar esta imagen de la que se tiene tanta estima en el público, y enfocarse a significarse de esta manera para lograr conseguir dicha imagen. Por otra parte, este consumo de imagen provoca un distanciamiento de lo que un adolescente hombre puede encontrar en la realidad: “ellos viven en frustración constante porque nunca van a encontrar lo que están exigiendo”. Se merma, de cierta forma, el grado de empatía o solidaridad que adolescentes hombres puedan llegar a tener con sus compañeras en temas de género porque se sigue reproduciendo una acción cuyo contenido ideológico subyacente ve a las mujeres (sin discriminar edades) como objetos de consumo. Las imágenes consumidas delimitan el cuerpo femenino al de una expectativa que no es concreta y quizás inalcanzable tanto para niñas como niños.

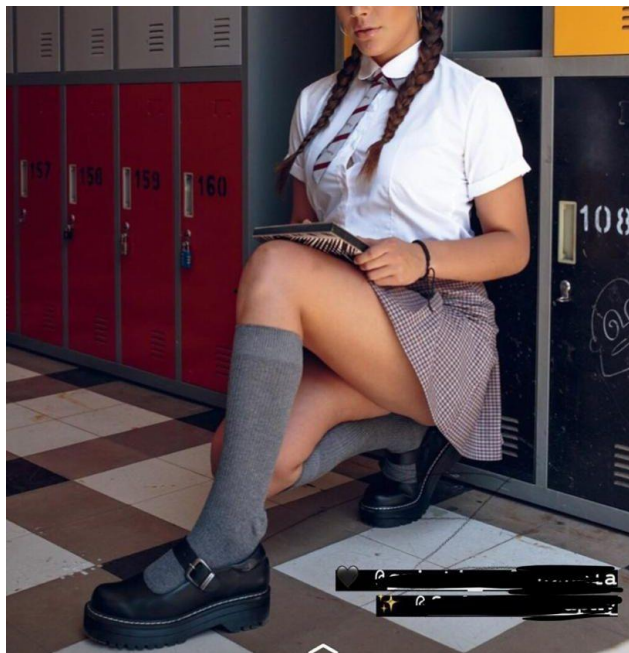


Figura 3. Publicidad de C/Moran para calzado escolar (Paúl, 2020)

Anteriormente, al discutir sobre consumo de cuerpos, se mencionaba que cada vez se hacía más persistente que la única forma de representación de una mujer era a través de su

sexualidad, y pareciera que junto a las imágenes compartidas se hace más necesario referirse al actor de dicho consumo. Es aquí donde el capitalismo neoliberal ha extraído plusvalía de las mujeres y sus cuerpos. Existen mercados que, al no existir normas estatales ni control social, aplican lógicas económicas nocivas que no se han detenido en la explotación y comercialización de la naturaleza y el trabajo, sino que también de la sexualidad y cuerpos de mujeres, e inclusive niñas, por lo que se puede determinar con las imágenes anteriores.

Convertir el cuerpo femenino en un objeto y banalizar su sexualidad se han transformado en dinámicas que, para efectos de este escrito, los medios de comunicación y su publicidad han arraigado dentro de la cultura popular. Los efectos de este tipo de incorporación son variados, y ante ello Peter Szil (2007) señala:

La conversión de las mujeres en objetos sexuales es un proceso de deshumanización en cuyo extremo final está la violencia sexual masculina. Es esto lo que la prostitución institucionaliza, ya que el cliente consigue de la persona prostituida (que no ha elegido hacer el amor con él) algo que de otra manera no podría conseguir sino con violencia. El cliente (y con él la sociedad) oculta ante sí mismo el hecho de la violencia interponiendo una infraestructura (manejada por los proxenetas) y el dinero. (84-89)

La descripción que se hace de la prostitución ha sido usada como una analogía en cuanto al uso y consumo de cuerpos femeninos, y es aquí en donde la naturaleza de las mujeres, principalmente fundamentada como sexual, se convierte en el cimiento base en el que se estructura esta cultura del consumo de cuerpos de mujeres. Sin embargo, como se determinaba anteriormente, también se ha puesto a disposición el cuerpo de niñas y adolescentes, y para facilitar este proceso se potencia una cultura que ahora sexualiza niñas a partir de sus apariencias físicas para alimentar un mercado infantil dirigido justamente a esta porción de la sociedad. Podemos observar cómo la industria de la moda, el maquillaje y la moda, por ejemplo, se encuentran asimismo recargando la sexualidad de niñas, extendiendo esta explotación indirecta de sus imágenes bajo la justificación de una ampliación del mercado de los productos correspondientes a vender. En el caso particular de la Figura 1, ¿son los calcetines escolares el primer foco de atención de una familia al momento de querer comprar el uniforme escolar? La participante comenta que una victoria contra esto sería que las personas descubran “su propio

cuerpo, sus propios deseos, se vayan autogobernando; que cada vez les importe menos lo que digan los demás de cómo deben ser las cosas, sino que vayan descubriendo que les gusta a ellas, ellos y ellos”. ¿Es esto posible con una familia expuesta a una publicidad de semejante tipo con intenciones indirectas de que su hija luzca de la misma forma?

Conclusión

Adentrarnos a examinar tanto la sexualidad como el cuerpo conlleva una actitud reflexiva que admita entender la forma en que las dinámicas sociales, los contextos específicos, las normas y, también, el posicionamiento de una persona en la sociedad construyen las subjetividades presentes en esta última.

Al comprender al cuerpo como un campo social en donde se suscita la sexualidad, el desarrollo de emociones, el pensar, el sentir y reflexionar, entre otros, debe considerarse que “la pregunta por el cuerpo conlleva la indagación por la subjetividad en tanto construcción sociohistórica” (Cabra y Escobar, 2014, p. 18). Esto quiere decir que, al estar presente en la experiencia del cuerpo, la sexualidad es asimismo un dispositivo histórico, social y cultural, por lo que el estudio de ella no tan sólo debe referirse como una exterioridad corporal, sino que también hay que destacar cómo afecta en su cimentación actitudes políticas (Córdoba, 2003). Es justamente el consumo de cuerpos el aspecto que más limita la discusión y el entendimiento de la sexualidad como algo delimitado al plano físico. Es en este dispendio de los cuerpos femeninos en donde se termina prolongando cierta carga ideológica subyacente que ve a la mujer como un objeto, arraigada en el plano de lo sensual, y hasta sentimental, y distanciada de instancias que le permitan una significación válida como la de un hombre común. La comprensión en las salas de clases de las implicancias del consumo de cuerpos abrirían un pequeño camino para hacer visibles a los agentes, responsables y principales beneficiarios de esta práctica: al no cuestionarse lo imperativo y lo normado de los procesos de sexualización en adolescentes, el alumnado seguirá actuando como un muro que a futuro será otro impedimento en la discusión de temáticas de género.

La existencia de la cultura de la sexualización de mujeres puede ser entendida como parte de un puntapié inicial en la creación de una cultura de la prostitución, tanto material como simbólicamente; sólo se necesita que la cultura de la sexualidad estructure la identidad de

mujeres en pos de su disponibilidad sexual. La figura de mujeres en medios de comunicación y publicidad, por ejemplo, ha facilitado adaptar la significancia social de las normatividades y paradigmas de género tanto masculinas como femeninas. El incremento del consumo de imágenes en redes sociales o medios de comunicación por parte de estudiantes adolescentes asiste a perpetuar normas de la feminidad y masculinidad hegemónicamente patriarcales. Aún más cuando industrias de la moda o de la publicidad en general sobrecargan también a niñas, exponiendo los cuerpos de mujeres y niñas a un sistema de mercado que también comparte el interés de explotar sus cuerpos. Es en ese sentido que, propuestas como las abordadas en el *Bailey Review*, documento con recomendaciones para el ministerio de educación del gobierno británico, son vistas con buenos ojos. En este documento se detalla la necesidad de desarrollar, por ejemplo, códigos de éticas y de buenas prácticas a la hora de generar publicidad de productos en donde adolescentes son el público y/o rostros de dichas publicidades.

Para finalizar, aun cuando el impacto que este tipo de prácticas de sexualización y consumo de cuerpos en medios de comunicación y su publicidad tiene dentro de la población escolar no ha sido comprobado formalmente por las autoridades pertinentes, la presión e inseguridad que se genera en niñas es desproporcionada a sus respectivos procesos de crecimiento personales. Esto es algo apreciable dentro del ejercicio de la docencia en la mayoría de las salas de clases, en donde los roles de género y la jerarquía social son evidentes: alumnas teniendo que distinguirse de sus compañeras porque la belleza sexual imperante ofrece beneficios sociales, *machos alfas* cuestionando la masculinidad de sus pares por no seguir un determinado gusto o, bien, minimizar y subestimar el sentir de sus compañeras, entre otros aspectos. Es ante uno de estos últimos asuntos donde el consumo de este tipo de imágenes lleva de igual forma a considerar cuáles son los arquetipos con los que adolescentes hombres cuentan en sus mentes, del mismo modo que, al promover paradigmas normativos, se potencia una desensibilización con respecto a cómo estas prácticas afectan a sus pares, acrecentando la brecha en la disparidad ideológica de una víctima del consumo de cuerpos y alguien quien la perpetua ya sea directa o indirectamente.

Referencias

- Bailey, R. (2011). *Letting Children be Children* (Rep. No. 9780101807821). London: The Stationery Office Limited.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Brown, J. D., L'Engle, K. L., Pardun, C. J., Guo, G., Kenneavy, K., & Jackson, C. (2006). Sexy media matter: Exposure to sexual content in music, movies, television, and magazines predicts black and white adolescents' sexual behavior. *Pediatrics*, 117, pp. 1018–1027.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Cabra, N. y Escobar, M. (2014). *El cuerpo en Colombia. Estado del arte cuerpo y subjetividad*. Bogotá: IDEP y Universidad Central.
- Connell, R. (2003). *Masculinidades* (Primera edición en español) (I. Artigas, Trans.). UNAM.
- Córdoba, D. (2003). Identidad sexual y performatividad. *Athenea Digital*, 4, 1-10.
- Dörnyei, Z. (2007). "Qualitative data collection". En *Research Methods in Applied Linguistics: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods*, Oxford, UK: Oxford University Press, pp. 124-62.
- Feixa, C. (1989), "Tribus urbanas y chavos banda. Las culturas juveniles en Cataluña y México", *Nueva Antropología*, n. 47, pp. 71-93
- Flood, M. (2007). Exposure to pornography among youth in Australia. *Journal of Sociology*, 43, 45–60.
- Foucault, M. (1999). *Vigilar y Castigar. El nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Foucault, M. (2000), *Historia de la sexualidad. La voluntad de saber, 1*, México, Siglo XXI Editores [1977 en español, 1976 en francés].

- Kett, J. (1993), "Descubrimiento e invención de la adolescencia en la historia", *Journal of Adolescent Health*, vol. 14, pp. 664-672
- Pastor, R. (2004). "Cuerpo y género: representación e imagen corporal". En Barberá, E. y Martínez Benlloch, I. (coords.), *Psicología y Género*, 217-239. Madrid: Pearson.
- Paúl, F. (2020, 15 Febrero). Vuelta al colegio: Las campañas publicitarias con menores "hipersexualizadas" que causan polémica en Chile. Revisado el 17 de Julio, 2020, de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51503212>
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2006). Adolescents' exposure to sexually explicit material on the Internet. *Communication Research*, 33, 178–204.
- Rodríguez, G. (1995). "Mitos y dilemas de los jóvenes en tiempos del sida", en *sida en México. Adolescencia y género*, Mexico, Conasida
- Rupp, L. (2001). "Toward a global history of same sex sexuality", *Journal of History of Sexuality*, vol. 10, n. 2, pp. 287-302.
- Savin-Williams, R. C., & Diamond, L. M. (2004). Sex. En R. M. Lerner & L. Steinberg (Eds.), *Handbook of adolescent psychology* (2nd ed.). Hoboken, NJ: Wiley, pp. 189–231.
- Szil, Peter (2007). "Los hombres, la pornografía y la prostitución", ponencia presentada al Congreso de los Diputados de España, en BOE, nº 379, 84-89
- Tuñón, E., & Eroza, E. (2001). Género y sexualidad adolescente. La búsqueda de un conocimiento huidizo. *Estudios Sociológicos*, 19(55), 209-226.
- Vidal Claramonte, M. (2002). *El cuerpo colonizado*. Asparkía. Investigación feminista. Universitat Jaume I, nº 13, pp. 103-114.
- Walter, N. (2010): *Muñecas vivientes. El regreso del sexismo*. Madrid: Turner.
- Weeks, J. (1998). "Sexualidad". En *Capítulo 2: La invención de la sexualidad*. México D.F.: Paidós, PUEG, UNAM, pp. 21-46.

Anexo

Anexo A: Entrevista

- Presentación: estudios/cargos. ¿En qué has estado desempeñándote últimamente?

Bueno, en lo doméstico he ocupado mucho espacio, casi todo el espacio. Estoy cuidando permanentemente a mi hija que se hizo un trasplante de medula ósea. Estoy en dos programas radiales; uno muy importante para mí, que se llama *Nada sin nosotros* que es un programa de corporación humana y del observatorio de género y equidad, que es un programa que se trata de las mujeres en el tiempo del COVID, activas... activas en el proceso constituyente, activas en los temas coyunturales; también, de alguna manera en lo que está pasando con los problemas que tiene el Estado chileno con el pueblo-nación Mapuche y las mujeres en ese contexto; también, con los temas del femicidio; bueno, es un programa semanal que sale en la radio *Universidad de Chile*. El otro programa en el que estoy participando hace menos tiempo es un programa de corporación humana, perdón, de corporación *Casa la morada*, que se llama *Debata* que tiene que ver con debatir y también de “bata” del mundo privado de la mujer; de andar en bata, porque estamos siempre haciendo las cosas del hogar y todo y eso es un programa de debate coyuntural que debatimos permanentemente los temas de lo que está pasando día a día, eso.

- ¿Qué tan importantes estimas que es la apreciación corporal personal?

Bueno, es fundamental. Si una detesta su cuerpo, y que le pasa a la mayoría de las personas y en especial a las mujeres; por tener una alta exigencia de lo que debemos ser o parecer, es muy atrofiador [sic], diría yo, de la forma en que una quiere mostrarse y ser, más bien: nos tapamos, que nos destapamos, y nos destapamos solo aquellas partes que son validadas previamente, pero eso ha ido cambiando con las nuevas subjetividades. Ser feminista, es una nueva subjetividad; es salirse del molde de lo que se ha establecido, de lo que es ser mujer o de lo que nos han pretendido encajonarnos. Nos hemos ido saliendo de eso y hemos aprendido a amar nuestros cuerpos con otras formas: gordos, demasiado flacos, con estrías, en fin. Cada vez va siendo menos importante que tu cuerpo no sea, no cumpla los estándares. Entonces, es fundamental que tú sepas o que tú puedas tener una apreciación corporal personal que sea positiva para no ser

heterónoma, en el sentido de depender de la clasificación personal desde fuera porque si no te evitas parte de libertad personal muy grande.

- ¿Cuál es el rol social en la construcción de la sexualidad propia?

Bueno, es fundamental. Partimos desde la niñez, ¿cierto?, desde que nacimos, cuando en el caso de las mujeres y los hombres, en que a las guaguüitas varones desde chiquititos les dicen cuando los mudan: “hijo de tigre” y “si lo tiene chiquitito”, les hacen alguna alusión a sus bolitas, y bueno, y “tiene coquitos de hombre” y “va a dar muchos hijos “. En cambio, las vaginas nunca son investidas. Nadie dice: “ay que chuchita más linda”, “qué cosita más rica” y qué se yo. Desde ahí, ya hay una espera para las mujeres hasta que te educan para que, a los quince años a los veinte años, ojalá lo más tarde posible, un hombre descubra ese lugar en ti. Entonces tú estás preparada y te estás emperifollando toda tu vida para que alguien te descubra y alabe tu sexualidad ¿no? Yo creo que hay algo del maquillaje que tiene que ver con eso, que tú siempre te estás poniendo bella para otro; que te descubra, que te quiera y la virginidad sobre todo tiene que ver con eso, ahora cada día menos, por su puesto. Como dije anteriormente, van naciendo nuevas subjetividades, se van construyendo mujeres con nuevas subjetividades, en que ya eh... madres que van invistiendo a sus hijas de otra manera, y les van criando de otras formas en las cuales van desarrollando su personalidad, perdón, su sexualidad de otra manera; en que les hablan de su sexualidad, en que les invisten su vagina, les hablan de su vagina, les enseñan dónde está su clítoris, les reconfortan de que tengan placer sexual, o la masturbación no es un escándalo. Y al igual que a los niños, se les presiona de repente demasiado para que sean machos, para que se exciten por todo. También ahí hay una construcción para los pobres cabros, de repente, que es súper dolorosa porque, si no responden, ante todo, ante cualquier estímulo sexual, también se les acusa de no ser suficientemente hombre, o sea, todo que ver. Bueno, y también ahí van naciendo nuevas subjetividades de varones, que son diferentes, que no necesariamente son gay, sino que también van viviendo la sexualidad de acuerdo con su propia auto-gobernanza, y eso, es súper importante. Yo creo que la auto-gobernanza y la autonomía de los hombres y de las mujeres, y sobre todo los que están ahora trabajando esos temas de no ser tan heterónomos, sino que más bien ser autónomos y autónoma, los va salvando y les va dando más libertades.

- ¿Qué tipo de imagen corporal consideras que se consume mayoritariamente en los medios de comunicación y/o redes sociales? ¿Qué arquetipos de bellas predominan en ellos?

Bueno, básicamente las mismas de siempre, pero cada vez menos. Hay redes sociales en las que ya las mujeres, por ejemplo, y los hombres, no binarios van apareciendo. Las mujeres gordas están mostrando su belleza va cambiando. Como lo decía antes, cómo van cambiando las subjetividades, también se van mostrando, y se van mostrando estos cuerpos diferentes. Ahora, mayoritariamente sigue la mujer estilo Barbie, la mujer que muestra el poto y las tetas y dicen: “¿qué me dirías?”. Y el hombre que es guapo y que quiere mostrar los músculos y quiere mostrar las calugas, etc. O sea, sigue predominando el tipo de belleza más de maniquí, más teóricamente inalcanzable, que nos han metido más en un universo simbólico más masculino ¿cierto? En que el hombre tiene que ser regio, estupendo, así, para ellos; en el sentido de ellos ¿no? No en el sentido de lo que las mujeres podemos desear, y, desde nuestras nuevas subjetividades. ¿Y las mujeres? Bueno, lo que se han inventado los hombres; que tienen que ser unas mujeres altas, flacas y lo más divertido es que nada de eso hay en Chile.

- ¿Cómo categorizarías la influencia de los medios de comunicación y/o redes sociales en la sexualización de adolescentes? ¿Debiese existir mayor guía al momento de consumir este tipo de contenidos?

Bueno, yo creo que en las redes sociales siempre debería haber más guía de parte de los adultos a sus niños en el uso de las redes sociales, porque hay una cantidad de pornografía mala, corrupta, por ejemplo, que tú la puedes encontrar fácilmente en Twitter o en otras redes que muestran una cosa mecánica, que no muestra el goce, no muestra el erotismo, no muestra nada. Los medios de comunicación, nada, puro *cartuchismo* no más. Los que conocemos, más bien son prohibitivos de la sexualidad, más bien, hablan mucho de la sexualidad, pero para prohibirla. Entonces, para los adolescentes, más bien, es un enredo de parte de los medios de comunicación clásica porque, por un lado, les están mostrando imágenes sexualizadas, pero, por otro lado, negándoles la sexualidad y la discusión de esta. En cambio, en las redes sociales hay mucho de sexualidad, pero distorsionada, poco honesta, y se encuentran algunas cosas buenas. O sea, yo creo que los colegios, los padres, las madres; todos deberíamos hablar más, las profesoras, los profesores;

hablar más de sexualidad para que, y los jóvenes, ¿cierto? Para que entre ellos con algunos adultos sanos. Si el tema es que no sé si los adultos están tan sanos para hablar de sexualidad con las y los jóvenes. De repente las y los jóvenes están más sanos que los adultos porque son más sanos en su sexualidad; no se encasillan tanto y eso. Entonces, pero sí tendría que haber una guía para la utilización sobre todo de los niños cada vez más pequeños que se meten a redes sociales y pueden ver cualquier cosa.

- ¿Cuál considerarías que sería una victoria en contra de estos arquetipos de belleza presentados tanto a jóvenes como adultos?

Lo que te decía, o sea, romper con los estereotipos, y que cada día haya más subjetividades nuevas. Que las personas se vayan construyendo más a sí mismas. Más heterónomas, menos fijadas en lo que diga el resto. Que vayan descubriendo su propio cuerpo, sus propios deseos, se vayan autogobernando; que cada vez les importe menos lo que digan los demás de cómo deben ser las cosas, sino que vayan descubriendo que les gusta a ellas, ellos y ellas, y desde ahí vayan viendo, porque seguro que hay personas que les gustan mucho las otras personas más gordas o les gustan las otras personas que son diferentes, que son inclasificables en cuanto a los géneros, en fin. O sea, hay que permitirse la posibilidad de no pensar igual al resto, y decirles chao a las normas, porque o si no cuando sean viejos y viejas se van a arrepentir de haber vivido o de no haber vivido la vida cómo querían. Entonces, ese sería el gran triunfo; aprender a autogobernarse, a ser autónoma, vivir cómo uno está creyendo en ese momento que debe ser, cómo a uno le guste, no cómo lo que le muestran. Es que, además, de alguna manera es lo que ocurre en la realidad, porque esos estereotipos que se presentan en los medios de comunicación, prácticamente en Chile no existen, entonces es cómo una contradicción ¿cierto? Sobre todo, para los cabros jóvenes más livianos, más light, que siempre “la mina rica” y si la mina no es “rica” le pueden hacer bullying o le hacen bullying, y la insatisfacción de ellos es enorme, casi más para la que le hacen bullying finalmente, a pesar de lo mal que ella lo pueda pasar; ellos viven en frustración constante porque nunca van a encontrar lo que están exigiendo.