

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Sociología

Análisis socio cultural de la percepción y vivencia de la corporalidad, placer y sexualidad en tres generaciones de la ciudad de Cuenca en el año 2022


Trabajo de titulación previo a la
obtención del título de Socióloga

Autor:

Paola Isabel Reyes Ramón

Director:

Pablo José Paño Yañez

ORCID:  0000-0003-1956-6955

Cuenca, Ecuador

2023-11-29

Resumen

Los medios de comunicación han tenido una gran evolución a través del tiempo, disminuyendo las brechas comunicacionales. La sexualidad, siendo un tema tabú se percibe como censurada y limitada dentro de su discusión, gracias a esto los medios tecnológicos comunicacionales han surgido como un importante agente socializador. Con base en esta realidad se tiene por objetivo entender la incidencia de medios tecnológicos-comunicacionales en la percepción y vivencia de la corporalidad y placer en la sexualidad de hombres y mujeres en tres generaciones (Baby boomer, Millennial y Generación Z), dentro de la ciudad de Cuenca. Para esto se utiliza un diseño metodológico cualitativo, fenomenológico, explicativo; aplicando entrevistas semiestructuradas y un análisis semiótico de imágenes publicitarias mediante una revisión hemerográfica, así como una observación etnográfica virtual de Tinder. Los resultados evidencian cómo se han presentado y representado los cuerpos a través de las generaciones y, como han incidido dentro de la vivencia de la sexualidad. A su vez, éstos permiten señalar que existe una vivencia diferenciada a nivel generacional, entre hombres y mujeres, destacando que los medios tecnológicos comunicacionales son importantes agentes transmisores de normas sociales. Se han transmitido cuerpos femeninos y masculinos idealizados que se reproducen en representaciones de perfiles individuales de nuevas generaciones. Se destaca una transgresión de normas sociales basadas en la abstinencia, la heterosexualidad y la monogamia. La religión aparece como uno de los principales factores limitantes por su alta carga moral lo que ha provocado que nuevas generaciones se sientan cada vez menos representada por la misma.

Palabras clave: feminidad, masculinidad, cuerpo, tecnológicos comunicacionales



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Abstract

The media have had a great evolution over time, reducing communication gaps. Sexuality, on the other hand, being a taboo subject within today's society is perceived censored, so these media have become an important socializing agent. Based on this reality, the objective is to understand the incidence of technological-communicational media in the perception and experience of corporality and pleasure in the sexuality of men and women in three generations (Baby boomer, Millennial and Generation Z), within the city of Cuenca. For this, a qualitative, phenomenological, explanatory methodological design is used; applying semi-structured interviews, followed by a semiotic analysis of advertising images through a hemerographic review, as well as a virtual ethnographic observation of Tinder. Evidencing how bodies have been presented and represented through generations and, how they have influenced the experience of sexuality. The results allow us to point out that there is a differentiated experience at the generational level, between men and women, highlighting that the technological communication media are important transgressive agents of social norms. Idealized female and male bodies have been transmitted and reproduced in representations of individual profiles of new generations. A visible transgression of social norms based on abstinence, heterosexuality and monogamy is highlighted. Religion appears as one of the main limiting factors due to its high moral burden, which has caused new generations to feel less and less represented by it.

Keywords: femininity, masculinity, body, technological communicational



The content of this work corresponds to the right of expression of the authors and does not compromise the institutional thinking of the University of Cuenca, nor does it release its responsibility before third parties. The authors assume responsibility for the intellectual property and copyrights.

Institutional Repository: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Índice de contenido

1 Justificación de la investigación	11
2 Descripción del objeto de estudio.	13
3 Formulación del problema	14
4 Determinación de los objetivos	15
4.1 Objetivo General:	15
4.2 Objetivos Específicos:	16
5 Planteamiento de marco teórico de referencia	16
5.1 Tendencias y evolución de la sexualidad a través del tiempo.....	16
5.2 Cuerpo y sociedad.....	21
5.3 Construcción de la masculinidad	24
5.4 Sexualidad masculina.....	27
5.5 Construcción de la feminidad	29
5.6 Sexualidad femenina	30
5.7 Construcción de roles de género	33
5.8 Placer	35
5.9 Deseo.....	41
5.10 Cuerpo y aspectos tecnológicos comunicacionales.....	42
5.11 Pornografía, influencia sexual y social.....	45
5.12 Performatividad y sexualidad.....	48
5.13 Interaccionismo simbólico feminista (ISF).....	50
6 Formulación de hipótesis o/y pregunta de investigación.	51
7 Diseño metodológico.....	52
7.1 Reflexividad y consideraciones éticas	55
8 Resultados.....	56
8.1 Vivencia de la educación sexual.....	56
8.1.1 Familia.....	56
8.1.2 Círculo social/Amigos	60
8.1.3 Educación formal.....	65
8.2 Percepción y Vivencia de la virginidad.....	66
8.3 Amor y sexualidad	78
8.4 Medios tecnológicos comunicacionales	84
8.5 Placer y uso de medios tecnológicos-comunicacionales.....	88
8.6 Influencia de medios tecnológicos comunicacionales en la en la percepción del cuerpo y vivencia de la sexualidad	95
8.7 Placer en épocas tecnológicas	131
8.7.1 Indumentaria.....	135
8.7.2 Masculinidad/Feminidad	137

8.8 Deconstruyendo el placer falocéntrico.....	138
9 Conclusiones.....	142
10 Recomendaciones.....	147
11 Anexos.....	159

Índice de figuras

Ilustración 1 Práctica de sexting en adolescentes en la Unidad Educativa del Milenio Manuela Garaicoa de Calderón, Cuenca 2018.....	40
Ilustración 2 Edad en la se empezó a consumir pornografía	46
Ilustración 3 Medios de comunicación en influencia de conducta sexual.....	46
Ilustración 4 Imagen publicitaria Mujer como adorno	107
Ilustración 5 Imagen publicitaria Mujer como adorno	108
Ilustración 6 Imagen publicitaria Mujer como adorno	108
Ilustración 7 Imagen publicitaria Mujer como adorno	109
Ilustración 8 Imagen publicitaria Mujer como adorno	109
Ilustración 9 Imagen publicitaria Mujer como adorno	110
Ilustración 10 Imagen publicitaria dirigida a hombres y mujeres.....	110
Ilustración 11 Imagen publicitaria dirigida a hombres y mujeres.....	111
Ilustración 12 Imagen publicitaria Hombre como adorno.....	112
Ilustración 13 Imagen publicitaria Hombre como adorno.....	112
Ilustración 14 Imagen publicitaria Hombre como adorno.....	113
Ilustración 15 Imagen publicitaria Mujer ama de casa/cuidadora	114
Ilustración 16 Imagen publicitaria Mujer ama de casa/cuidadora	114
Ilustración 17 Imagen publicitaria Mujer ama de casa/cuidadora	115
Ilustración 18 Imagen publicitaria Hombre deportista trabajador	116
Ilustración 19 Imagen publicitaria Hombre deportista trabajador	116
Ilustración 20 Imagen publicitaria Hombre trabajador/deportista	117
Ilustración 21 Imagen publicitaria de hombre trabajador/ deportista y mujer ama de casa/cuidadora.....	118
Ilustración 22 Imagen publicitaria de hombre trabajador/ deportista y mujer ama de casa/cuidadora.....	118
Ilustración 23 Imagen publicitaria de hombre y mujer como adorno	119
Ilustración 24 Imagen publicitaria de hombre y mujer como adorno	120
Ilustración 25 Imagen publicitaria de hombre y mujer como adorno	120
Ilustración 26 Indumentaria parte superior Hombres	136
Ilustración 27 Indumentaria parte superior Mujer	136
Ilustración 28 Expresión de feminidad Tinder.....	137
Ilustración 29 Expresión de masculinidad Tinder	137

Índice de tablas

Tabla 1 Percepción y Vivencia de la virginidad	67
Tabla 2 Matriz de análisis de imágenes publicitarias. Revisión hemerográfica.....	106

Índice de anexos

Anexo A Tabla de revisión de imágenes publicitarias. Revisión hemerotecaría 1982- 2000	159
Anexo B Tabla de datos de Observación etnográfica virtual de mujeres	172
Anexo C Tabla de datos de Observación etnográfica virtual de hombres.....	172
Anexo D Formato de consentimiento informado.....	173
Anexo E Instrumento metodológico. Guía de entrevista semi-estructurada.....	174
Anexo F Tabla de operativización de resultados	176

Dedicatoria

Cada paso que doy es un tributo a tu dedicación y sacrificio, y cada logro que alcanzo, una prueba de tu influencia inquebrantable. Dedico cada logro y sueño alcanzado a la mujer extraordinaria que eres, mi refugio, mi inspiración, mi madre Graciela Ramón. Con gratitud infinita por ser mi fuente de valentía y resiliencia.

Paola Reyes

Agradecimiento

Quisiera expresar mi sincero agradecimiento por el invaluable apoyo a lo largo de todo el proceso de mi tesis a mi tutor Pablo Paño. Su orientación experta, paciencia infinita y disposición constante han sido fundamentales para el éxito de este proyecto. Su compromiso y dedicación ha reflejado un genuino interés en mi desarrollo académico. Aprecio enorme que siempre haya estado pendiente, dispuesto a ofrecer conocimiento y guía cuando más lo necesité. Este logro no habría sido posible sin tu influencia positiva, y estoy profundamente agradecida por tu mentoría excepcional.

Quiero destacar Ana Castro y Eliana Pacheco que, en cada desafío, en cada logro, y en los altibajos de la vida, hemos sido un gran equipo. Juntas hemos tejido un lazo de apoyo y cariño que ha sido nuestra roca en momentos de tormenta y nuestra fuente de alegría en los triunfos compartidos. Esta dedicación es un homenaje a su amistad que encontré en este viaje. Con profunda gratitud, celebramos las experiencias que hemos compartido y anticipamos muchas más en el futuro.

Resalto a quien ha sido la voz que nunca dejó de animarme y el faro que iluminó mis momentos más oscuros. Tu apoyo constante y tu fe inquebrantable en mí han sido las alas que me han ayudado a elevarme por encima de los desafíos ya mantener viva la llama de la esperanza. Tu amistad ha sido un regalo invaluable, y quiero que sepas que cada logro que alcance llevará un pedacito de tu confianza y amistad. En ti he encontrado no solo un amigo, sino un hermano de corazón, y esta dedicatoria es un tributo a nuestra amistad, que persiste más allá de las pruebas del tiempo. – S.C.

Finalmente, puedo decir que, en el escenario de la sociología, donde exploramos las complejidades de la sociedad, aprendí que las relaciones humanas son intrincadas, cambiantes y, a veces, efímeras. Así también quiero destacar a F.S. que, aunque nuestra conexión haya tomado caminos distintos, sigue siendo un fenómeno digno de estudio y comprensión. Así te agradezco, por esa parte de ti, que sigue siendo una influencia positiva en mi vida.

1 Justificación de la investigación

El tema de la sexualidad en la sociedad se ha cubierto principalmente por ramas de la salud, psicología y psiquiatría, sin embargo, la sexualidad según Machado (2018) “reflexiona sobre el orden sexual, el cual muestra cómo se legitiman algunas normas sociales”; la sexualidad cobra así, pertinencia también en el campo de las ciencias sociales.

Así mismo el cuerpo se vincula directamente con el ámbito social siendo este la parte material; en el mundo social ésta cobra un sentido simbólico representativo según el contexto histórico social; éste ha tenido una trascendencia en su significación con ciertas diferenciaciones entre los sexos, sin embargo, con entendimientos diferentes para ellos.

En las mujeres los cuerpos han tenido un sentido orientado hacia una expropiación de sí mismas, socialmente justificado en la apropiación sobre ellas por los varones; de alguna manera los procesos biológicos reproductivos han sido determinantes para la justificación de la impersonalización en la importancia del placer de las mujeres y para que la sexualidad tenga una orientación únicamente reproductiva.

Los hombres han entendido su cuerpo como instrumento de producción con un enfoque poco orientado hacia labores de cuidado y determinando como algo externo a los sentimientos, sin embargo, se les ha atribuido como necesaria la satisfacción del placer.

La percepción de la sexualidad tiene serias brechas de entendimiento según el tiempo, pues éstas están entendidas según el contexto social y especialmente el período histórico; así mismo es de vital importancia la evolución histórica de la percepción de las mismas y los cambios dentro de los contextos.

El sentido de la búsqueda del placer se ve directamente relacionado con las prácticas sexuales que se ejercen que, a su vez, están directamente vinculadas a un mecanismo tradicionalmente ideológico, estableciendo así una moral sexual conservadora judeocristiana. Desde esta perspectiva podemos entender que la construcción de la sexualidad del cuerpo y del placer tienen en común su particularidad en el tiempo y es determinante según el contexto social. También estos entendimientos están sujetos a cambios y adaptación según los cambios de los contextos sociales; es así que podemos observar una ruptura de una visión patriarcal sexual, así como, según Bravo (2020) “la época contemporánea nos ofrece un contexto de emergencia de prácticas sexuales alternativas, diversas y poco convencionales”. Si se toma como referencia “El Proyecto CERCA, estudio financiado por la Unión Europea, que realizó en el 2011 una encuesta en el cantón Cuenca a adolescentes de entre 12 y 18 años, en él se concluyó que el promedio de inicio de las relaciones sexuales en adolescentes era de 15 años para las mujeres y 14 para los varones” (Vélez, 2017, p.18).

Podemos observar que en generaciones más jóvenes la edad de incorporación a una vida sexual es cada vez más temprana para ambos sexos. Dentro de este punto podemos estar hablando de una “transgresión de los mandatos de la hegemonía sexual patriarcal” (Bravo, 2020); la moral sexual cada vez se aleja más de planteamientos tradicionalistas enfocados en la abstinencia; en este punto cabe recalcar que es más controversial al momento de hablar de las mujeres.

Existen elementos nuevos que contrastan las sociedades de generaciones más antiguas con las contemporáneas; uno de los que se analizará en el presente estudio es el acceso a las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (Tics) y cómo éstas han incidido en la percepción de la sexualidad, la corporalidad y el placer.

Las tecnologías y medios de comunicación se han vuelto acaparadores en todos los aspectos de la vida cotidiana de las sociedades y de las personas; en particular la implementación de éstas se ha visto necesaria en el trabajo hasta en la sexualidad humana teniendo cada vez más innovaciones y funcionalidades.

Es así que para entender este cambio generacional se ha determinado el análisis de diferentes grupos etarios para resaltar la evolución histórica de la vivencia de la sexualidad y del entendimiento de los factores corporales y del placer. Para abordar esta confluencia de temáticas se planteó implementar una investigación desde una rama especialmente cualitativa, fenomenológica, explicativa para entender cómo han influido aspectos tecnológicos comunicacionales, así como también, los feminismos para evidenciar la evolución de las percepciones generacionales en la ciudad de Cuenca en el año 2022.

Así, la presente investigación, inscrita en las líneas de trabajo e investigación de Género, Diversidades y Democracia del Departamento de Espacio y Población de la Universidad de Cuenca, pretende generar una línea de partida en un tema bastante controversial para abordarlo desde una postura sociológica, alejándose de la postura biológica desde el ámbito de la medicina, así como de las implicaciones morales que la rodean; esto con el fin de incentivar futuras investigaciones de temas sobre Sociología de la Sexualidad dentro de la ciudad de Cuenca.

2 Descripción del objeto de estudio.

La percepción de la sexualidad, tanto como del cuerpo y el placer, tienen determinaciones sociales y entendimientos que son dependientes de diferentes factores contextuales históricos e ideológicos. La simbolización y entendimiento del cuerpo y placer ha variado y ha trascendido fronteras gracias al desarrollo de sistemas comunicativos, cada vez más accesibles para prácticamente todas las personas y de todas las edades; sin embargo, se crea una brecha y una transgresión de los sistemas tradicionales patriarcales heteronormados en un marco capitalista.

Así el cuerpo, la identidad y la búsqueda de placer ha recurrido a nuevos métodos y ha tenido nuevas formas de contacto desarrolladas cada vez más para alejarse de una sociedad conservadora apegada a normas ideológicas tradicionales reguladoras del comportamiento social.

Sin lugar a duda hombres y mujeres han tenido grandes diferencias en el proceso de cambio de estas percepciones causado por el trasfondo histórico de cómo se han ido determinando relaciones desiguales de poder para hombres y mujeres; es decir, por la determinación reproductiva y de cuidado que se les ha otorgado a mujeres y también por las determinaciones productivas que se les ha dado a los hombres.

Así mismo los cambios han sido evidentes, la inserción de las mujeres a diferentes campos tradicionalmente restringidos para ellas como en los ámbitos productivos laborales, políticos, y especialmente en sectores públicos ha llevado a sacar al sol la lucha por la valorización del cuerpo femenino y la necesidad de la exigencia de control sobre ellos y su reproductividad, así como también la exigencia del placer como derecho.

La exigencia de la administración sobre los cuerpos femeninos es un tema que se ha venido llevando desde la teoría hasta la praxis con los aportes feministas para que exista la creación de políticas públicas coherentes con los derechos de las mujeres.

Por otro lado, también existe una diferencia en los cambios del entendimiento de varones, en la medida que algunos buscan apegarse más a labores de cuidado, entendiendo la necesidad de estos como necesarios para el aporte tanto personal como colectivo en la independencia de los hombres. Podemos destacar la necesidad del desarrollo afectivo y de la externalización y expresión del mismo, puesto que al ponerlos en una posición dominante el evidenciarlos también presenta como una transgresión a la normatividad social. Nuevas masculinidades y estudios de la masculinidad, vinculados a la teoría feminista, han promovido nuevos análisis y actitudes al respecto.

En un marco del cambio de perspectiva de los diferentes grupos se abre una brecha y una

necesidad de experimentación y de auto identificación que según Foucault (2002) “se vinculan con el vasto paisaje de placeres, significados, exploraciones eróticas, atrevimientos y transgresiones de identidad que dan sentido a la acción social del sujeto, desde la lógica interpretativa de la realidad y el proceso de subjetivación del individuo” (citado en Bravo Ponce, 2020, p.45).

Aquí podemos destacar el derecho del placer no como único para hombres dentro de un sistema heteropatriarcal, sino también como un derecho para las mujeres; pero sobre todo como un derecho que desde el movimiento feminista ha buscado, así como otros movimientos sociales emergentes que comienzan a exigir su derecho a existir desde una perspectiva identitaria, como es el caso de personas lesbianas y trans” (Sanchez et al., 2017).

3 Formulación del problema

Las tecnologías comunicacionales han provocado cambios significantes en las sociedades pues éstas han pasado de ser analógicas a gradualmente evolucionar en sociedades digitales (Sanchez, 2021).

Como bien señala Serrano (2013) “aunque habitualmente a las tecnologías digitales se las denomina de la información y comunicación (TIC), lo cierto es que, a merced a las múltiples apropiaciones que de ellas se hacen en la actualidad, también han devenido tecnologías del aprendizaje y conocimiento (TAC) y que potencialmente pueden llegar a ser también tecnologías para el empoderamiento y la participación (TEP)” (como se citó en Medvedeva, 2021, p.4).

En este marco se abren una serie de posibilidades en el relacionamiento de los medios tecnológicos comunicacionales ya que estos se han vuelto una herramienta que facilita el relacionamiento de las personas mediante la creación de perfiles. En los medios tecnológicos especialmente es posible claramente indicar que se busca un relacionamiento sexual, enmarcándose en encuentros mutuos sin la necesidad de conocerse. La tecnología ha transformado la forma en que el sexo se pacta y se lleva a cabo, cambiando las normas de conveniencia y ofreciendo accesibilidad sin precedentes (Merlyn et al, 2020).

Es evidente que la facilidad de la obtención de información acerca de sexualidad y sus prácticas es cada vez más asequible, puesto que éstas se van alejando de una norma basada en la monogamia, la heterosexualidad y la abstinencia.

Las prácticas sexuales por medio de la utilización de las tecnologías han provocado la adaptación de nuevas praxis no convencionales y no tradicionales. Estos medios de comunicación se han vuelto un medio seguro de expresión y han tenido un proceso adaptación al cambio de lo normado como ley y como prácticas sexo-afectivas.

Los cambios son evidentes; cuando hablamos de percepción de la sexualidad ha habido una ruptura de las normas tradicionales y realce en alternativas eróticas para hombres y mujeres. Las personas cada vez más se alejan de la sexualidad como un fin reproductivo y la toman como un fin en sí misma vinculada al placer.

A pesar de esto el placer ha sido experimentado y asumido de manera diferente para hombres y mujeres y vivido de forma desemejante según el período de tiempo; en la actualidad se han logrado grandes reivindicaciones sobre el placer como un derecho, especialmente para la mujer. Constituye un gran logro porque especialmente según García (2018) “históricamente, se ha despojado a las mujeres de sus derechos a decidir sobre su sexualidad y su capacidad reproductiva, de la autonomía sobre sus cuerpos y sus vidas”.

Así mismo con el tiempo también se han dado grandes resignificaciones para los cuerpos, especialmente de la mujer por tener un rezago de un pasado histórico que la condenaba e inferiorizaba por procesos biológicos reproductivos alejándola, de los sectores públicos y de alguna manera ha sido representada como pertenencia al hombre.

Según Agüero & Martínez (2021) señalan una liberación mediante “la emancipación, la descolonización del pensamiento y la despatriarcalización de los cuerpos” (p.7). Así podemos observar que la reproducción se convirtió en una elección; según datos del INEC (2013) “el grupo etario con mayor conocimiento de los métodos de control es el de 25 a 39 años”.

Es también pertinente mencionar la construcción de los ideales del cuerpo donde estos están socialmente definidos por contextos determinados; estas idealizaciones de cómo “debería ser” el cuerpo han sido fuertemente impuestas y difundidas mediante las tecnologías comunicacionales, sin olvidar un fuerte vínculo con prácticas de consumo capitalista.

Por lo cual, el fenómeno o problema a investigar son las percepciones de la sexualidad el cuerpo y el placer, teniendo en cuenta que éstas han tenido adaptaciones a las revoluciones informáticas y se han vuelto acaparantes en todo aspecto de la vida cotidiana en este caso específico en la sexualidad. En este punto es pertinente también la relación con las teorías feministas que desde la academia y el movimiento social han reivindicado los derechos de hombres y mujeres.

4 Determinación de los objetivos

4.1 Objetivo General:

Entender la incidencia de los aspectos tecnológicos-comunicacionales en la percepción y vivencia de la corporalidad y el placer en la sexualidad en hombres y mujeres en tres generaciones en la ciudad de Cuenca en el año 2023 desde enfoques feministas.

4.2 **Objetivos Específicos:**

- Describir la percepción y vivencia de la corporalidad y el placer en la sexualidad en hombres y mujeres en tres generaciones en la ciudad de Cuenca en el año 2022 desde enfoques feministas.
- Analizar el impacto de aspectos tecnológicos-comunicacionales sobre la corporalidad y placer de hombres y mujeres en tres generaciones en la ciudad de Cuenca en el año 2022 desde enfoques feministas.
- Analizar la relación entre los aspectos tecnológicos-comunicacionales con la percepción y vivencia de la corporalidad y el placer en la sexualidad en hombres y mujeres en tres generaciones en la ciudad de Cuenca desde enfoques feministas.

5 Planteamiento de marco teórico de referencia

5.1 Tendencias y evolución de la sexualidad a través del tiempo

La sexualidad es un campo de análisis bastante amplio en la integración de varios aspectos elementales determinantes dentro de la vivencia de las personas que depende del tiempo y del contexto de los individuos, así como también va a ser determinante la cultura y creencias de los mismos. A lo largo de las generaciones y de la facilidad del acceso tecnológico, estas pueden ir teniendo una serie de cambios que van a llevar a que su experiencia pueda salir de los márgenes tradicionalistas judeo-cristianos, mismos que son internalizados producto de una enseñanza hereditaria.

Así se puede destacar, que existen diferentes posturas teóricas referente a la sexualidad resaltando la esencialista que afirma que es “posible explicar las formas del comportamiento sexual a partir de una presunta “esencia humana”, anterior a las relaciones sociales y a la experiencia cultural de las personas” (Zemaitis, 2016, p.18); en este contexto se presenta a la sexualidad como algo ahistórico, acultural, reducido a una orientación meramente biológica así como universal, de una forma bastante simplificada.

También se surge el paradigma positivista, misma que sin estar lejos del esencialismo misma que aborda la sexualidad de manera objetiva y empírica, apoyandose en datos y estadísticas, también, “asocia de manera univoca sexualidad con reproducción tratándose de investigaciones de corte cuantitativo”(Zemaitis, 2016, p.9); en este sentido se alejan de considerar aspectos subjetivos, culturales y contextuales de la sexualidad.

Es importante recalcar que estos enfoques se pueden evidenciar como ineficientes y reduccionistas, es así que surge la necesidad de enfoques socio constructivistas: “aquí, la noción de construcción social de la sexualidad es central ya que enfatiza las maneras múltiples e interrelacionadas que tanto nuestras emociones, deseos y relaciones se

configuran y se arman a partir de la sociedad en la que vivimos” (Weeks, 1993; Cartledge y Ryan, 1983; Sorraín, 2021, p.41).

Así se reconoce la sexualidad desde su esencia pluralista socio-histórica; en este punto se resalta también como pertinente destacar algunas definiciones de sexualidad para tener un entendimiento más amplio de la misma y cómo ésta ha ido teniendo un cambio a través del tiempo.

Para comenzar, podemos destacar que según información de la Organización Mundial de la Salud (OMS) la sexualidad puede ser entendida como un “aspecto central del ser humano, presente a lo largo de su vida. Incluye el sexo, identidades, roles de género, erotismo, placer, la intimidad, la reproducción y la orientación sexual. Se vivencia y se expresa a través de pensamientos, fantasías, deseos, creencias, actitudes, valores, conductas, prácticas, papeles y relaciones interpersonales” (Vásconez et al., 2022).

Si bien dentro de esta definición se destacan elementos importantes para hombres y mujeres como el placer, el erotismo y la orientación sexual, estos elementos pasan a ser secundarios en definiciones más tradicionalistas ya que, por su parte, Michel Foucault (1976) en su libro la “Voluntad del Saber” revelaba la sexualidad “como un tema importante desde un punto de vista del cuerpo y de las prácticas corporales” resaltando aspectos de poder como: “la introducción de la idea de un dispositivo disciplinario de control corporal, mediante la clasificación de “perversas” las prácticas sexuales cuyo fin no es la procreación” (Torres et al., 2021, p.2).

Las estructuras sociales y las instituciones sociales han establecido mecanismos de control que influyen en la forma en que las personas experimentan su sexualidad, moldeando normas entorno a ellas. Las mismas valoran prácticas sexuales que están alineados a la reproducción de roles sociales tradicionales, heterosexualidad y relaciones de poder; los mismos son reproducidos mediante sistemas de conocimiento por medio discursos normativos que determina lo “aceptable” y “correcto” dentro de prácticas sexuales.

Sin embargo, en esta misma línea y alejándose de una postura puramente hetero normativa podemos destacar a Da Lauris en su análisis de la novela de Djuna Barnes: El bosque de la noche (1936) “pionera en representar el deseo lésbico, señala cómo este texto contiene una concepción queer de la sexualidad, pues ésta se presenta como “algo más que sexo”, como un exceso desbordante de afecto que solo puede plasmarse textualmente a través de un lenguaje e imagen figurativos, parabólicos, híbridos” (Camero, 2020, p.15). En este punto se refiere a un despertar de la rebeldía de los cuerpos: a la creación de formas nuevas de placer, a la “reapropiación de las tecnologías de producción de sexualidad y a la experimentación corporal” (Failla, 2013, p.4).

En este punto cabe resaltar que la utilización de herramientas tecnológicas han sido herramienta importante para transformar la experiencia sexual y su relación con sus cuerpos, presentando los medios como un instrumento de empoderamiento para construir una identidad sexual y corporal. Se produce así una búsqueda activa de nuevas formas de prácticas eróticas, modas, apariencias, formas de expresión que desafían modelos normativos tradicionales de sexualidad y género.

Del mismo modo, se podría resaltar la sexualidad desde un punto que supera la heteronormatividad abarcando un amplio espectro de expresiones sexuales que incluyen otros actos de intimidad alejados del coito que fomentan la conexión sexual, estas prácticas se ven enfocadas principalmente en el disfrute mutuo y la satisfacción de deseos logrando una experiencia placentera. Las mismas que pueden ser practicadas entre dos o más personas de igual o diferente sexo (Merced, 2020).

En el marco de las relaciones de género en una estructura patriarcal la cual es dominante en la inmensa mayoría de sociedades y culturas, tal cual la nuestra, la sexualidad es una expresión de primer orden en la determinación de los roles, estereotipos y prácticas que se enmarcan en la asimetría de los géneros.

En ese sentido se ha hecho fundamental la disociación entre sexualidad y reproducción, históricamente vinculadas desde la mentalidad cristiana dominante en nuestras sociedades “que acostumbran a condenarla” (Ramos et al., 2021, p.35). La iglesia católica y todas las demás de corte cristiano han sido construidas desde una visión patriarcal evidente que, junto a la subordinación de la mujer, redujo la sexualidad a la reproducción (la cual nunca se debía controlar) y las cargó moralmente de otras prácticas sexuales no relacionadas con la procreación y búsqueda de hijos.

Las vivencias sexuales están intrínsecamente relacionadas con las vivencias que involucran al cuerpo en sí. La autopercepción del cuerpo tiene impacto directo en aspectos como identidad, auto concepto y autoestima. Ésta puede estar influenciada por cómo vive y experimenta su sexualidad, es decir, si la persona tiene una percepción positiva, puede tener más confianza y comodidad en el acto sexual y por el contrario en el caso negativo se puede generar incomodidad y limitación de experimentación. (Ramos et al., 2021).

La construcción de la sexualidad ha establecido claras divisiones por oposiciones binarias; en este sentido la construcción de los cuerpos según Bourdieu (2000) “están sobrecargados de determinaciones antropológicas y cosmológicas que rigen nuestro pensamiento y comportamiento” (como se citó en Castañeda & Carolina, 2022), es decir los cuerpos tienen un imaginario socializado asociado con ciertos rasgos característicos de lo masculino/femenino.

Teniendo todo esto en consideración la sexualidad debe ser entendida como un constructo social que surge como resultado de un proceso de aprendizaje desde diferentes agentes de socialización, familia, amigos, educación, medios de comunicación entre otros, que a su vez crean imaginarios; que influyen en cómo las personas comprenden y experimentan su propia sexualidad (Zambrano- Plata et al., 2018). En esta misma línea González (2006) entiende imaginario como una “herramienta de interpretación y conocimiento de la realidad social, utilizada inicialmente a un nivel individual” (p. 18). Así mismo Falletti (2006, p.84-85) señala que el imaginario social “introduce una perspectiva socio-histórica a partir de la cual estudia la génesis de las significaciones imaginarias, es decir hace referencia a la “creación de nuevas significaciones”, lo que posibilita el estudio de la transformación y prácticas de las significancias que atribuye una sociedad. Se trata de “una noción que permite indagar el hacer, pues las significaciones sociales imaginarias son definidas como las formas de ser, pensar y actuar de las personas” (García, 2019, p.33). Entre ellas con claridad encontramos la sexualidad y su posibilidad de ser abordada desde este enfoque de sus significaciones imaginarias.

Podemos decir que “el imaginario social da un sentido colectivo a la sexualidad, además, ha estado muy relacionado a la represión e integración en la cultura. Es una ley, a saber, una institución que lleva una significación, símbolo, mito y enunciado” (Castoriadis, 2013, p. 224). Según Cornejo (2020) “las primeras leyes de la civilización son un intento de regular la sexualidad y las pulsiones primarias”. Para Randazzo (2012) la función primaria de los imaginarios sería la creación de un lente a través del cual las personas perciben y comprender la realidad social del entorno.

En este punto, es pertinente entender el término de percepción social el cual se utiliza para describir la manera en que los factores sociales y culturales influyen en cómo se percibe el entorno social, estos elementos moldean dicha percepción impactando en la vivencia de las personas; en este punto se englobó un concepto en el que también abarcaba la formación de impresiones, el reconocimiento de las emociones y la percepción por el medio físico y social (Salazar et al., 2012).

Teniendo en cuenta lo anterior, Week (2016) destaca que un momento crucial en el relacionamiento de la sexualidad y los medios tecnológicos comunicacionales puede situarse a partir de la década 1970; momento en el cual los historiadores comenzaron a sostener que la sexualidad es socialmente construida. En esta línea uno de los aspectos elementales a destacar es la influencia significativa que ejercen estos medios (TV, cine, radio, plataformas digitales) en la presentación discusión y percepción de la sexualidad (Schaefer, 2014; Seidman, 2010; Timm y Sanborn, 2016; De Ridder, 2017).

Se ha abierto un espacio de convivencia y socialización importante a través de los medios tecnológicos comunicacionales, se ha dado a conocer temas sobre sexualidad que con anterioridad era considerados tabú o inmorales, por lo que se ha planteado la necesidad de redefinir normas fuera de la heteronorma. De Ridder (2017) también especifica que esta vinculación de la sexualidad (cambiante) y su interacción constante con medios de comunicación lo vincula a una “larga revolución sexual”. Entendido como un proceso variable en que la sociedad, experimenta y comprende la sexualidad a través del tiempo.

Existe un trascendental cambio en la regulación de las estructuras sociales en las prácticas sexuales, ya que las búsquedas y su contenido, se vuelven con el tiempo menos reguladas. La representación de la sexualidad en los diferentes medios tecnológicos comunicacionales se ha transformado a través del tiempo pasando de ser fuertemente censurada, evitando representaciones explícitas sexuales, enmarcándose en modelos hetero patriarcales, evitando la evidenciación de minorías sexuales, reproduciendo estereotipos, entre otras, a estar constantemente promoviendo la “sexualización de la cultura”, mostrando imágenes con discursos impulsando la sexualidad y género abriendo un camino de “democratización y diversificación de la sexualidad” (De Ridder, 2017).

El contenido sexual con el tiempo se ha ido acaparando cada vez más, una diversidad de medios, abarcando por ejemplo revistas hasta el cine, TV, publicidad, reality shows, pornografía esto, se consideran crucial en las transgresiones sexuales y en el desarrollo de estilos de vida e identidades sexuales. El contenido sexual en los medios se considera una "prueba" de la sexualización y la pornografía de la cultura y la mercantilización del sexo (Plummer, 2003; McNair, 2002; Weeks, 2007; Seidman, 2010; Streitmatter, 2004; Arthurs, 2004; De Ridder, 2017).

La inclusión de elementos sexuales en los medios se considera importante para desafiar normas sexuales tradicionales y en la evolución temporal de las formas de vida y percepciones de las identidades sexuales. De Ridder (2017) afirma, han sido “positivos en la producción de mundos de vida sexual más diversos y pluralistas” p (7), sin embargo, existiendo aún una constante lucha con la imposición de morales sexuales tradicionales que han sido reproducidas generacionalmente.

Por otro lado, cabe destacar que si bien existen consecuencias positivas de los medios tecnológicos comunicacionales en la sexualidad, también resaltan consecuencias negativas como lo es la re-sexualización del cuerpo, especialmente de las mujeres, presentando modelos de feminidad y masculinidad normativos (Cobo, 2015; Zamorano, 2020).

En la sociedad contemporánea, se reconoce la importancia de las herramientas semióticas consideradas así especialmente los medios tecnológicos comunicacionales, que abren un

escenario de autopresentación y autonarración (De Ridder, 2017). En este aspecto se destacan diversos escenarios desde la pornografía hasta aplicaciones de citas en donde prima la presentación de imágenes poniendo en frente un mundo de auto representación.

5.2 **Cuerpo y sociedad**

Cuando se aborda la corporalidad o el cuerpo, con frecuencia se conecta con el aspecto anatómico adoptando un enfoque biológico como un conjunto de órganos propensos o no estar afectados por elementos externos estrechamente vinculados a funciones fisiológicas primarias. A pesar de esto, existen orientaciones desde otros enfoques particularmente aquellos que se ubican en el ámbito social, cargándolos de aspectos culturales, emocionales y sociales.

De esta manera se puede entender al cuerpo desde “ese vector semántico por medio del cual se constituye la evidencia de la relación con el mundo, esto es, no solamente las actividades perceptivas sino también la expresión de los sentimientos, las etiquetas de los hábitos de interacción la gestualidad y la mímica la puesta en escena de la apariencia de los útiles juegos de seducción, las técnicas del cuerpo, la puesta en forma física la relación con el sufrimiento y con el dolor, etc” (Breton, 2018, p.9).

En así que el cuerpo es un medio por el cual se puede experimentar el mundo, con la vinculación no solo de elementos físicos sino más bien también integrado a este lado subjetivo al relacionamiento con las emociones y la interacción. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el cuerpo ha sido sujeto de control normativo impuesto por la sociedad, incorporando un modelo heteronormado tanto de cuerpos sexuados como de prácticas sexuales, consideradas como “normales” y obligatorias, categorizando como desviadas toda práctica fuera de este marco (Casales, 2023).

Es así que el cuerpo es un territorio donde se revelan tensiones entre imposiciones tradicionalistas heteronormadas y la búsqueda de autenticidad y autonomía en la expresión de la sexualidad. Esta constante confrontación de normas de género provoca una constante perpetuación de estigmas y discriminación.

Si bien es evidente la existencia de una diferenciación física, biológica de los cuerpos de cada sexo, ésta no determina una obvia relación de dominación; Ya De Beauvoir (1982) afirmaba que “la división de los sexos es, en efecto, un hecho biológico, no un momento de la historia humana” (p. 6)”. Así mismo Bourdieu explica que existe un sistema mítico ritual que crea un orden y reconocimiento oficial ajustados a divisiones preexistentes que forman un orden establecido, llevándolo a la existencia conocida y reconocida oficial (Vivas, 1998).

El orden establecido basado en relaciones de poder desiguales ha llevado a resaltar una diferenciación en la apropiación como tal de los cuerpos puesto que según Federici et al.

(2010) “la categorización jerárquica de las facultades humanas y la identificación de las mujeres con una concepción degradada de la realidad corporal ha sido históricamente instrumental a la consolidación del poder patriarcal y a la explotación masculina del trabajo femenino” (p. 27).

Con base a lo mencionado cabe resaltar diferentes posturas; destacando a Nozick quien destaca que el cuerpo se puede destacar como un instrumento del ser humano, propio de sí, libre de hacer lo que se le plazca; sin embargo, existen otras posturas como la de Locke que hace referencia a que la persona está condicionada por un poder divino superior, influenciado por un Dios (Penchansky, 2021). Desde un enfoque feminista por su parte se puede destacar una evidente subordinación del cuerpo feminizado.

Es decir, como herencia histórica cultural se tiene la percepción de la asociación de hombres y mujeres vinculados a una dependencia de uno con respecto al otro caracterizándolos por los roles género establecidos; en este sentido y siguiendo a Pateman (1988), entendía que las mujeres históricamente han sido relegadas a roles en donde prima su función reproductiva y de cuidado, limitando su participación en el ámbito público. Mientras que daba a los hombres libre acceso a los cuerpos de las mujeres, a su trabajo y a los cuerpos y el trabajo de sus hijos, reproduciendo dinámicas de poder en el que los hombres se benefician de la explotación y el control sobre los recursos laborales y sexuales de las mujeres (como se citó en Venegas & Venegas, 2020).

En este aspecto Mead (1999) especifica que la sociedad establece expectativas diferenciadas para la feminidad y masculinidad, desde el nacimiento de las personas. Las mismas condicionan las interacciones y las relaciones (amor, matrimonio, paternidad, etc.) a lo largo de la vida, perpetuando narrativas establecidas en el comportamiento y rol de cada uno enmarcándolos en “lo apropiado” y al mismo tiempo limitando la autenticidad y libertad.

Una manera en que las estructuras rigen las relaciones sociales según Montesinos (2004) es la división de los espacios feminizando los espacios privados de actividades productivas (remuneradas o no) que no son tan valoradas como las actividades asignadas a los roles masculinos, que en una perspectiva patriarcal son económica y socialmente más valoradas dentro del ámbito público. Es así que se puede considerar el cuerpo femenino como “un cuerpo muchas más socializado” (Penchansky, 2021) ya que este fue expropiado de sí mismas “en función de su capacidad reproductiva, por el esposo, la Iglesia, el Estado” (Brown, 2004; Penchansky, 2021, p.124).

En este punto cabe entender el género alejado de las determinaciones biológicas, se puede comprender como un constructo producto de varias determinaciones sociales, mismas que se diferencian en las interrelaciones de hombres y mujeres en roles que son los

tradicionalmente asignados. El género en sí tiene una serie de cargas determinadas por el sexo, que se expresan en prácticas, relaciones, discursos, normas y formas de sentir y pensar.

En esta misma línea el término “género” se utiliza para referirse a aquellas personas que no se sienten identificadas con su sexo, es decir a personas cuya anatomía era masculina pero que se sentían identificadas con el género femenino o viceversa. De esta manera se puede relacionar el género con aspectos socio culturales y el sexo con aspectos biológicos. Así mismo Simone de Beauvoir afirma que “no se nace mujer, se llega a serlo”. Décadas después desde las tesis posmodernas, Butler llegará a la afirmación de que “no importa cuál sea la insolubilidad biológica que el sexo parezca tener, el género es un constructo cultural: por tanto, el género no es ni el resultado causal del sexo ni tan aparentemente fijo como el sexo” (Butler, 1997; Aguilera Pacheco et al., 2020, p.20).

A pesar de estas determinaciones, no existe nada biológico que determine las maneras de sentir y pensar, estas construcciones sociales, de cómo expresarse vienen cargadas de una larga enseñanza cultural con una pesada carga moral ideológica judeo-cristiana misma que se ha normalizado dentro de la sociedad; sin embargo, a través del tiempo progresivamente se ha ido transgrediendo esta norma de un binarismo opuesto entre hombre y mujer. Para Poot (2008) la feminidad y masculinidad se han presentado históricamente como relaciones binarias contrarias y con base a esto se han ido constituyendo subjetividades sujetas a normas sobre el valor de lo que es ser varón y mujer, misma que es otorgada gracias a una percepción colectiva.

Tomando en cuenta lo mencionado, un elemento principal para la construcción de la estas subjetividades en la actualidad son los medios tecnológicos comunicacionales mismos que “construyen universos simbólicos con la doble función de responder a los intereses económicos, mientras que refuerzan estereotipos, ofrece modelos de familia, formas de ser, propone modas o prácticas sociales, etc” (Rodríguez, 2019, p.5). Los medios de comunicación tienen gran alcance y son cada vez más desarrollados a través de las generaciones, así como también su facilidad del acceso a los mismos; es así que, en este sentido la publicidad y el mercado reinterpretan la nueva realidad social en que las mujeres mismas que tratan de representar, sus derechos adquiridos, sin embargo, mayoritariamente se sigue ofreciendo imágenes estereotipadas para no producir rechazo social.

En este aspecto se destaca la teoría del framing o teoría del encuadre, misma que hace referencia a un contexto de medios de comunicación los cuales seleccionan enfoques, escenarios, perspectivas que influyen en cómo las personas perciben e interpretan eventos de la sociedad. Esta perspectiva del framing está relacionada en cómo se presenta la

información y como se comunican los eventos, además de cómo los sujetos perciben e interpretan esta información misma que a través de las generaciones y sociedad va variando, por lo que la información se va adaptando a diferentes grupos (Habiaga et al., 2022); al tener este gran escenario comunicacional los cuerpos han tenido un nivel de empoderamiento en el reconocimiento de la diversidad corporal, y al mismo tiempo una fuente de imágenes estereotipadas de hombres y mujeres.

Con todo esto de por medio es preciso mencionar “una preocupación por las sexualidades comunicativas, plantea interrogantes sobre el bienestar sexual y la presencia de los medios”(De Ridder, 2017, p.16); se destaca en este aspecto el amplio campo de exploración de diferentes prácticas por medios de comunicación especialmente los tecnológicos, tratando de guardar un equilibrio entre el aspecto divertido de la sexualidad y la integridad del cuerpo, abarcando diversidades sexuales.

Ya que estas han trascendido a través del tiempo desde aspectos tradicionalistas que afirmaban que “las pasiones del cuerpo debían ser refrendadas en pos de la familia y la privacidad” (Habiaga et al., 2022, p.3), a abrir un campo el cual no está regido bajo normas conservadoras de corte cristiano. Hay que tener en cuenta que las relaciones de poder tienen la tendencia de crear resistencia.

Finalmente podemos afirmar que el ser humano vive en un confinamiento lingüístico mismo que actúa como una cárcel que encierra a todas las manifestaciones de la existencia en forma de conceptos estático y aparentemente inalterables. A pesar de esto es en el mismo lenguaje que “se encuentra la respuesta para generar una salida o, al menos, opciones que burlen a la norma establecida como verdad absoluta” (Rodríguez, 2019, p.16).

5.3 Construcción de la masculinidad

La construcción de la masculinidad es un proceso profundamente instaurado en las normas sociales y culturales, en comportamientos, expectativas, emociones y es fundamental en la definición de roles. A través de la historia ésta se ha moldeado entorno a estructuras de poder, interconectadas a su vez con nociones de privilegio.

En consonancia con esto, es importante mencionar a Albelda & Infantes (2021) mismos que resaltan la masculinidad como producto de un determinado contexto social, ligado íntimamente a un sistema de dominación y, por tanto, con el privilegio. El privilegio está presente de manera evidente, por ejemplo, en las brechas salariales, en la distribución del tiempo, especialmente en el posicionamiento de espacios políticos públicos como también las lógicas del espacio urbano.

En esta misma línea Harris (1995) asegura que “la construcción de las masculinidades se entiende como un proceso de aprendizaje de la norma social de género (como se citó en

Venegas & Venegas, 2020), donde las representaciones sobre sexualidad pueden ser consideradas un constructo fruto de la "masculinidad hegemónica" (Haste, 2013); en este sentido se entiende la masculinidad hegemónica como "un grupo social, los hombres, especialmente los heterosexuales" (Venegas & Venegas, 2020) que encajan en el rol dominante de la cultura patriarcal.

De esta manera se instaura la masculinidad hegemónica como ideales intersubjetivos de una verdadera y adecuada masculinidad (Montesinos, 2004). Desde pequeños niñas y niños de diferentes maneras son restringidos de comportamientos que no son propios de su género, se impide un desarrollo expresivo libre; moldeando sus personalidades mediante la restricción coerción y contención. Tal cual señalan Andonie et al. (2021) la masculinidad hegemónica se fundamenta en todo lo opuesto a la femineidad, mujeres y a masculinidades alternativas. Se basa en estereotipos dominantes que resalta rasgos de violencia que puede ser: simbólica, física, subjetiva, patrimonial, entre otras.

El sistema patriarcal en sí, es expresado mediante una violencia objetiva y sistémica, que a su vez, se relaciona con la desentimentalización de lo masculinizado y la necesidad de ejercer relaciones asimétricas de poder. Se resaltan aspectos caracterizados del varón constituidos para ser rígidos, autoritarios, protectores y provisos económicos; a pesar de que las mujeres han ganado amplia autonomía con su incorporación al mundo laboral, aún existe una condena si no logra ejercer este rol. El varón, será calificado de raro, débil u homosexual con el resultante sentimiento de exclusión que ello acarrea en una sociedad patriarcal (Montesinos, 2004).

En este contexto se presenta la masculinidad como un conjunto de normas sociales instauradas y encarnadas en forma de una serie de expresiones corporales, formas de pararse, hablar, pensar, sentirse y caminar entre otros aspectos (Segovia et al., 2015) Según la Agencia de las Naciones Unidas de la Salud Sexual y Reproductiva (2020), "en las sociedades patriarcales existe una forma de construcción social de ser hombre, que busca garantizar el cumplimiento de normas, roles, mandatos y encargos de la masculinidad hegemónica".

Además, Carrizo (2018) explora el concepto de "máscaras" que se suelen utilizar para regirse a normativas y roles de cómo debemos comportarnos o actuar. En esta línea, según Venegas & Venegas (2020) hablan de "los mensajes que escuchan los hombres", siendo esos mensajes las normas sociales de género. Estos autores, argumentan que estos mensajes se dividen en tres tipos de mensaje para construir la máscara que es la masculinidad:

Mensajes para aprender a ser un hombre: la construcción de la identidad de género.

Mensajes para actuar como un hombre: las prácticas de género.

Constatación de las diferencias entre hombres: diversidad de modelos de género, es decir, la existencia de masculinidades, en plural.

La Agencia de las Naciones Unidas de la salud sexual y reproductiva (2020) también comparten algunas de las máscaras de las masculinidades destacando: “1. La máscara de la rudeza asociada a una represión de la libertad emocional y afectiva. 2. El atleta: relacionada con la competitividad y la imposición de la razón. 3. La materialista: relacionada con el rol productivo. 4. La sexual asociado con el número de conquistas para alimentar la autoestima, 5. De la agresividad refiriéndose al hombre impositivo por naturaleza. 6. Del ser invencible asociado con la imposibilidad de sentir miedo y 7. La del sabelotodo aquel que impone las decisiones finales”.

A pesar de estas máscaras, existe una transformación de estructuras; según Montesinos (2004) estamos en un período en el que se puede constatar la simultaneidad de prevalencia de una estructura social cohesionada y el surgimiento de nuevas expresiones sociales. La masculinidad hegemónica se presenta como un modelo idealizado que permite la dominación de lo masculino a pesar de esto son solo pequeños grupos los que pueden ejercerla, por otro lado, los hombres que disfrutaban de los privilegios del patriarcado sin promover una forma evidente de dominación muestran una “masculinidad cómplice”.

Estas relaciones desiguales implantadas en los géneros han provocado un interés por el cambio social en este aspecto Alfaro (2020) propone una masculinidad basada en la igualdad que implica negar las diferencias entre hombres y mujeres, sino de organizarlas de manera que no generen desigualdad social. Para ello se necesita “un diseño de políticas que estimulen esos deseos, contribuyan a crear nuevos ideales, favorezcan nuevas prácticas y apoyen la producción y la promoción del cambio masculino” (Andonie et al., 2021, p.4).

Se puede decir que es necesaria una ampliación del análisis de la masculinidad como un constructo social resaltando la necesidad de “profundizar en las realidades masculinas desde una perspectiva de género y por tanto crítica, ya que entiende la masculinidad como una construcción social determinada histórica y culturalmente, que resulta por ende modificable” (Sanfélix Albelda & López Amores, 2019, p.13). Es así que según Colombo & Sosino (2019) las nuevas masculinidades surgen como reacción a las demandas presentadas previamente por los feminismos, con el objetivo de lograr una genuina igualdad de género y la desarticulación de sociedades patriarcales.

Entre los temas emergentes ha surgido con fuerza en las últimas décadas el de la

homosexualidad entre hombres. En ese sentido se han podido observar “las luchas por la liberación homosexual como un aporte para ayudar a provocar una mirada transformadora hacia las nuevas masculinidades” (Colombo & Sosino, 2019, p.32). En este sentido podemos resaltar una problemática específica la cual es según Badinter (1992) “la asociación del concepto de heterosexualidad con el de masculinidad”, de esta manera se excluye a este sector de personas y los considera anormales.

Si bien podemos considerar a los hombres víctimas del sistema privándolos de sentimientos y emociones, Rita Segato resalta que; en un sistema machista no se los puede considerar como tal en su totalidad, pues ellos gozan de una serie de privilegios que están tan naturalizados que les cuesta renunciar (Colombo & Sosino, 2019) para esto se necesita un proceso de apropiación de la masculinidad en espacios privados. En este sentido cada vez resulta más claro desde las nuevas masculinidades la necesidad de que los varones reconozca y renuncien a los beneficios por su posición de varones de otra manera se presenta difícil el adoptar la perspectiva de víctimas del sistema patriarcal (Santillán, 2020).

La sexualidad se establece como un factor fundamental en la definición de la masculinidad, ya que se destaca como un mecanismo de dominio que enfoca orgasmo/finalización en la masculinidad, glorificando la virilidad patriarcal. Es así que empiezan a surgir conceptos como “déficit sexual masculino” (Hakim, 2019) la constante disposición de los varones a la sexualidad como una especie de mitos de la sexualidad masculina hegemónica (Badinter, 1992).

La sexualidad masculina históricamente se ha implantado como una necesidad física, según Separavich & Oliveira, (2020) la denominó como “simple y fisiológica”, misma que ha sido asumida como una fuerza instintiva propia de los hombres, enfocando y priorizando el placer como algo único de satisfacción de lo masculino.

5.4 Sexualidad masculina

En el marco de la sexualidad masculina, sin duda, ha habido una transformación; tradicionalmente las relaciones se basaban en un falocentrismo que de alguna manera veía el placer como una práctica hacia una sola parte; en este sentido no se presentaba a la mujer como una igual, sino más bien como una contraria.

Existen varios elementos fundamentales para entender la sexualidad masculina, según Arrondo (2007) la primera “el culto y la sobrevaloración al falo”; en este sentido destacado como un símbolo de masculinidad, sobre todo por las variedades de significaciones a través de culturas e historia que lo veían como símbolo de protección. La segunda por “factores zoológicos y biológicos”; considerando la subyugación y la influencia de genes y hormonas, en la necesidad de perpetuar la especie (Arrondo, 2007), por último, la tercera se refiere a

“causas socioculturales, el papel preestablecido para el hombre y la mujer” (Arrondo, 2007); ésta perspectiva aborda la idealización “hombre perfecto” y la búsqueda de la asignación de roles, misma que los medios de comunicación, aprovechan para reproducir.

Existe una evidente suposición bastante arraigada y constante de la actividad sexual activa en los hombres, Freud (1909) afirmó que “la libido, donde sea que ocurra, es masculina” (como se citó en Bauer, 2018, p.5) resaltando de manera indudable la perpetuación de la constante muestra de virilidad, con el objetivo de distanciarse de rasgos femeninos y enmarcándose en la heterosexualidad.

Es así que existen rasgos elogiados asociados con la masculinidad como la promiscuidad, rasgos conquistadores alejados de la sentimentalidad y cualquier signo de debilidad. Todo esto ha contribuido a establecer la percepción del hombre como líder en la iniciación del acto sexual.

En este sentido también se le ha determinado ciertas características las cuales son determinantes dentro de la sexualidad falocéntrica masculina en la que “un hombre gravita en torno al rendimiento con métricas penélicas relacionadas con el tamaño, tiempo, dureza y número de penetraciones” (Docampo & Pousada, 2020, p.74), simplificando la sexualidad a una mera genitalidad.

Sin lugar a duda, esta estructura tradicionalmente impuesta ha ido sufriendo de alteraciones por la falta de representatividad en nuevas generaciones, por la constante conexión a nueva información, tomando en cuenta también el aumento del constante desapego hacia creencias religiosas y también por los nuevos aportes desde los feminismos.

Esta nueva resignificación de la sexualidad masculina está basada más bien en “las relaciones de intercambio e igualdad” (Docampo & Pousada, 2020), mismas que ha traído también consigo liberación del papel reproductivo de la mujer con la implementación de anticonceptivos la cual hace que el terreno de la exploración sexual sea más accesible para las mismas y que ha ayudado en la apropiación de sus cuerpos.

A pesar de estos factores, persisten obstáculos en la vivencia de la sexualidad y búsqueda de placer, en los hombres en el sentido de adoptar un “hermetismo en dejarse explorar otras zonas” (Docampo & Pousada, 2020, p.76). Se tiene mucha carga estigmatizada al referir a la penetración pues esta es asumida como una forma de dominación heterosexual; es así que aún no se ha conseguido “superar el miedo al placer no catalogado” (Docampo & Pousada, 2020, p.75). Entendiendo la misma como un amplio espectro prácticas, sensaciones y experiencias que no se ajustan a normas tradicionales.

A pesar de las existentes limitaciones, se afirma que la vivencia, desarrollo y evolución de la sexualidad están determinados por factores físicos y mecánicos que pueden ejercer influencia

en la estimulación de excitación, eyaculación, orgasmo, placer sexual (Llanes et al.,2013). Las nuevas masculinidades han exigido la ruptura con la postura frívola de alejarse de los sentimentalismos también se ven identificados cada vez más con la liberación sexual femenina en relaciones más equitativas, así como también los mismos han ido teniendo un proceso de “liberación de la esclavitud de los genes” (Arrondo, 2007), misma que ha sido adquirida como herencia sociocultural del sexo masculino.

Finalmente, hay que tener en cuenta que al ser un proceso de deconstrucción de significancias de la sexualidad hegemónica esta tiene una variedad de diversidades de masculinidades, mismas que pueden adaptarse a diferentes cargas morales sexuales, y dependen de los contextos de las diferentes personas.

5.5 Construcción de la feminidad

La feminidad es un conjunto de atributos mismos que han sido determinantes para la asignación de roles, en este caso los de cuidado, relacionando el imaginario de feminidad con lo delicado, lo débil, lo subordinado, sin embargo, según Pagues (2018) resalta que “como el género, la feminidad es un performativo: se declina. Es un habitus: se incorpora. Es una tradición: se hereda”.

Estas relaciones desiguales de poder que se han forjado; según Lagarde (1997) “ha consignado a la mujer a una permanente incompletud y la ubica al servicio de una ética de cuidados, encargada de dar, preservar, proteger y reproducir la vida” (Urquiza, 2021, p. 19); expresando a la feminidad como una dimensión de ser para otros, en donde se excluye la dimensión de ser para sí.

Como punto central Martínez (2007) afirma que “históricamente la feminidad reposa como en “esencia” en la maternidad, que se convierte en el núcleo duro de la identidad femenina y en el ideal social de mujer”.

Tal cual la masculinidad hegemónica se ha definido en función de su oposición a lo femenino, Camaño y Rangel (2002) indican que “la feminidad ha estado definida como lo no masculino”. Según Sojo (2020) “esta puede entenderse como una condición marginal tejida por relaciones de dominación que las mismas mujeres perpetúan desde su posición subordinada” (p. 82).

Es así que al igual que la masculinidad, la mujer se construye con base en discursos sobre feminidad, mismas que inciden en el rechazo de todo lo que provoque una revelación a ese orden. La feminidad construye un modelo normativo del cuerpo, las relaciones de poder, la organización familiar y la identidad, imponiendo dichos modelos y generando un desbordante rechazo a todo aquello que salga de esta lógica (Tubert, 2007).

A pesar de esto, como ya se ha mencionado estamos en un proceso de transición según la CEPAL, (2007) “las labores de cuidado no son particulares de la feminidad sino más bien las

determina como una “actividad básica de la sobrevivencia”. Así mismo según la CEPAL (2007) las labores del cuidado consisten en “trabajo relacionado con un proceso material y simbólico caracterizado por el mantenimiento de los espacios y bienes domésticos, la alimentación y el cuidado de los cuerpos, la socialización, la educación y la formación de los menores, el mantenimiento de relaciones sociales y el apoyo psicológico a los miembros de la familia”.

De esta manera Lagunas (2016) resalta el surgimiento de nuevos contextos en los cuales las asignaciones de roles de género están siendo transformados de manera significativa. En este sentido se observa una mayor intervención de la masculinidad en espacios privados y al mismo tiempo la feminidad va ganando presencia en espacios públicos. Esta dinámica evidencia aspectos invisibilizados de cada sector, acentuando a su vez las desigualdades de género.

5.6 Sexualidad femenina

La sexualidad femenina se presenta como enigmática, ya que, a diferencia de la masculina, no presenta ninguna manifestación física evidente que demuestre reacciones como el deseo. Según Barros (2020) “lo verdaderamente misterioso de la feminidad es el sexo corporal, ya que no sabemos que es el cuerpo de la mujer más allá del falo, que puede representar, y que es precisamente lo que ella no es”.

En este sentido se presenta extraño o ajeno un goce que no esté asociado con el falo, sino, más bien asociado con una lógica de castración. Se presenta un sentido de obviedad teniendo como referencia los límites de lo masculino, considerando que el límite corporal de lo femenino no puede resultar igual o incluso, según Barros (2020) “si se puede pensar que tiene algún límite”.

En este punto cabe un elemento muy importante profundamente ligado a la feminidad; la virginidad “este es considerado para la mujer como “un símbolo de honra, dignidad y respeto” (Cruz et al., 2018, p.80); a pesar de que esta palabra se utiliza para identificar la ausencia de relaciones sexuales tanto en hombres como mujeres Barros (2020) destaca lo virgen como un “avatar de lo femenino, porque incluso en el hombre aparecerá como un rasgo de feminidad”.

En esta línea se podría otorgar un sentido de posesión de la virginidad en torno al otro es decir “el sentido “ser de alguien”, no tiene el mismo peso para la feminidad que para la masculinidad” (Barros, 2020); así pues, según Gallo (1999) el hecho que una “mujer no lleve al matrimonio el recuerdo del goce sexual con otro hombre, equivale para el elegido a la eliminación de un competidor inmediato en el plano del deseo sexual” (como se citó en Otálora, 2020).

La virginidad es una concepción de un sistema heteropatriarcal de la sexualidad femenina, mismas que han estado en constante difusión por medio de instituciones educativas, religiosas y medios de comunicación principalmente, también sin olvidar la rama de la salud; los discursos referidos a esto tienen una carga moral sexual intrínseca en femenino.

Desde la familia se empieza con una falta de información y de tabú al momento de hablar de sexualidad; aún más al momento de hablar de placer se presenta una deficiente información y falta de acompañamiento. Por lo que la falta de comunicación lleva a la formulación de “problemas familiares en relación con la conducta sexual más frecuentemente en las mujeres” (Cruz et al., 2018).

Este acercamiento desde la familia es de vital importancia puesto que según González et al. (2017) “promueve el desarrollo de una personalidad saludable y de una sexualidad vinculada a la salud, al amor y a la equidad, estas brindan herramientas de cuidado del cuerpo como un espacio de experiencia, expresión de sentimientos, emociones para entender, analizar y cuidar.”

Sin embargo, no podemos olvidar que esta clase de aprendizaje-enseñanza es generacional y dependiente muchas veces de los sistemas de valores y creencias dentro de la familia, así como también la composición de la misma, que, puede transmitir ciertas limitaciones dentro de la sexualidad muchas veces tratando de reproducir roles tradicionalistas.

El ámbito religioso surge como un factor de peso bastante importante en la comprensión de la sexualidad. En este contexto Morales (2018) resalta que la religión ejerce una fuerte influencia sobre la conducta sexual de los/as adolescentes, misma que limita, y retrasa la primera relación sexual. Estas restricciones se encuentran fundamentadas en el ámbito ideológico cristiano, que limitan tanto las exploraciones del placer, como la masturbación para hombres, pero que dentro de lo femenino se convierte abiertamente en un tabú.

Es así que la masturbación ha sido históricamente censurada teniendo un largo historial asociado con la vergüenza. En la actualidad sexólogos relacionan la masturbación como normal y saludable (Guarín-Serrano et al., 2019), como una forma de exploración del cuerpo y del placer según Guarín-Serrano et al., (2019) esta sirve “para superar mensajes culturales negativos de la imagen del cuerpo y de los genitales, al punto de no dar prioridad al placer, y para el desarrollo de una mayor autoestima”(p.64).

La sexualidad femenina ha sido polémica a través de la historia y sus expresiones son determinadas según la época y contexto. Sumando la fuerte incidencia ideológica conservadora se ha “satanizado, idealizado, penalizado e incluso rotulada como enfermedad, cuando sus formas de expresión difieren de las tradiciones morales y culturales de la mayoría de los individuos de una comunidad” (Fajardo, 2022, p. 22). Hoy en día uno de los ejemplos

más claros de como la percepción de la sexualidad ha ido evolucionando es la comprensión de la identidad de género. Mismo que se basa en cómo se siente identificada una persona: hombre/mujer/no binario; sin necesariamente tomar en cuenta el sexo biológico con el que nació la persona (Fajardo, 2022).

Así se podría decir que el identificarse de manera diferente es transgredir de la identidad tradicional en la que se identificaban únicamente por el sexo, Fajardo (2022) dice que las imposiciones de las identidades relacionadas con el género tienen implicaciones complejas de bueno- malo, correcto-incorreto, connotaciones que involucran intereses de por medio.

En esencia, estas perspectivas resaltan como construcciones de género enraizadas en valores, dinámicas de poder y prejuicios, Butler por su parte entiende las normas de género como una “encarnación de algunos ideales de feminidad y masculinidad” (Fonseca & Quintero, 2009); en este sentido se refiere a performativos que vinculan a la normalidad con lo heterosexual, así como también brindan un sentido de expropiación con lo diferente. La comprensión de estas dinámicas de vital importancia para el análisis de la influencia de normas de género y como éstas afectan las experiencias individuales y colectivas en relación identidad-sexualidad.

Finalmente podemos cuestionar la “normalidad” pues evidentemente esta tiene gran carga moral ideológica que a través del tiempo ha perdido influencia por su gran capacidad de condena moral y gracias a esto también se ve como una limitante de muchas libertades que a su vez genera que cada vez menos personas se vean identificadas.

En la actualidad se ha venido dando resurgimientos de varios sectores segregados y discriminados, producto de contextos que establecen normas de lo “normal”; estos en un contexto de sexualidad denominados, según Hernández & Quintero (2009), como “sexualidades periféricas, mismas que traspasan la frontera de la sexualidad aceptada socialmente: heterosexual, monógama, entre personas de la misma edad y clase, con prácticas sexuales suaves, que rechaza el sadomasoquismo, el intercambio de dinero y el cambio de sexo”.

Esta sexualidad periférica es una resistencia de los valores tradicionales, es una transgresión de las normas, lo considerando como anormal, que, sin lugar a dudas, tiene un constante enfrentamiento a una condena social por sus expresiones; así mismo, Rubin en torno a la creación de una teoría radical de la sexualidad, propuso “vivir la sexualidad desde el placer, y no desde el peligro, y la defensa de las minorías sexuales se convirtió en el corazón de esta reflexión” (Cobo, 2019, p. 136).

Podemos destacar que todas estas tradicionalistas normas no son más que producto de una internalización de un habitus incorporado que naturaliza e idealiza la heterosexualidad con

bases católicas, estas normas limitan a las personas en su vivencia y expresión es así que se han convertido en fundamentales para que se dé procesos de resistencia y subversión (Fonseca & Quintero, 2009).

En este sentido podemos evidenciar la necesidad de nuevas deconstrucciones de pensamientos que han sido excluyentes, discriminatorios y condenados, que a través del tiempo han ido perdiendo representatividad sobre nuevas generaciones; así también a la par se han dado surgimientos de nuevas identidades y junto con esto a nuevas orientaciones sexuales.

5.7 Construcción de roles de género

El rol de género es un elemento fundamental en el entendimiento de las dinámicas sociales y culturales ya que moldean identidades y relaciones humanas. Según especifica la Organización Internacional del Trabajo (2013) los roles de género se refieren a “comportamientos aprendidos en una sociedad, comunidad o grupo social determinado, que hacen que sus miembros estén condicionados para percibir como masculinas o femeninas ciertas actividades, tareas y responsabilidades y a jerarquizarlas y valorizarlas de manera diferenciada”.

Es así que se le atribuye tradicionalmente al “hombre el deber de ser fuerte, agresivo, proveedor, emprendedor, protector, sustentador económico y le otorga prestigio social (capital simbólico) (Gimeno et al, 2019). Mientras que a la mujer “le corresponde el cuidado de la familia y el hogar. Alimentar y educar a los hijos/as, además de atender al marido y hogar.” (Santoro et al, 2018, p.3).

Sin embargo, existen unas dinámicas y transformaciones estructurales que ha hecho que este modelo tradicionalista de género vaya teniendo una serie de transformaciones y que las mujeres se vayan incorporando en diferentes áreas donde han sido negadas; por ejemplo, una de ellas según García et al., (2022) en el acceso y control de recursos económicos.

El empoderamiento femenino ha sido elemental en la lucha contra las persistentes desigualdades de género que son producto de construcciones simbólicas; esta lucha por la desigualdad establecida se promueve por políticas y leyes estatales con la finalidad de lograr crecimiento económico (Aceves, 2019).

Gracias a la educación el empoderamiento femenino crece especialmente ya que mediante ésta permite a las personas, especialmente a las mujeres, tener autonomía y asumir responsabilidad por decisiones tomadas, así como también negociar las dinámicas de género en las relaciones (Arteaga et al, 2022). A pesar de esto, las Naciones Unidas (2017) especifica que existen factores que impiden el empoderamiento femenino como “constructos sociales

que restringen y discriminan el poder decisorio y la participación política femenina en los hogares y en las comunidades rurales”.

Estos factores tienen que ver con la interiorización de la norma de género considerándola como obligatoria perpetuando estereotipos y sistemas patriarcales. También, existen limitaciones legales y culturales, que restringen su capacidad para tomar decisiones autónomas sobre sí mismas.

A pesar de las constantes limitaciones sin lugar a duda se ha evidenciado que las dinámicas de género han experimentado cambios Fischer y Anderson (2012) resaltan que las formas de participación de los padres en la crianza y cuidado de los hijos/as y las madres con respecto al cambio de roles también son relevantes en las decisiones. En las últimas décadas se destaca un arreglo de roles gracias a la aceptación de diferentes dinámicas de las relaciones de género y a la apertura de una negociación de espacios (Kramer y Kramer, 2016). Ésta evolución refleja una sociedad que cuestiona y supera las limitaciones impuestas por normas tradicionales adoptando posturas inclusivas y flexibles.

Es así que podremos definir al empoderamiento femenino como “un proceso de transformación por medio del cual las mujeres incrementan su capacidad de configurar sus propias vidas y su entorno, una evolución en la concientización de las mujeres sobre sí mismas y su estatus y en su eficiencia en las relaciones sociales” (Herrera & Lara, 2019, p. 168).

En un contexto de debate de equidad de género y los derechos de las mujeres Bedoya (2014) resalta el empoderamiento femenino como aspecto crucial especial para que las mujeres se apropien y ejerzan sus derechos sexuales y reproductivos, que están ligados a los derechos universales y son sustanciales para todas las personas. La sociedad históricamente ha relegado a las mujeres a una constante discriminación, limitación a la información y toma de decisiones sobre su sexualidad. Para contrarrestar esto se necesita la toma de decisiones informadas y autónomas en relación con su salud sexual y reproductiva.

Según el Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP) los derechos sexuales y reproductivos es “la capacidad de disfrutar de una vida sexual satisfactoria sin riesgos de procrear, y la libertad para decidir hacerlo o no hacerlo”. En esta línea podemos destacar que existen “movimientos feministas y LGTBIQ que motorizan prácticas y discursos, buscan ensanchar los límites de lo sexual y garantizar marcos normativos que permitan formas diversas de expresar la sexualidad y el cuerpo. Por otro lado, se ha venido conformando también un movimiento cuya agenda se concentra en la regulación, modulación y delimitación de las fronteras de los cuerpos y la sexualidad, desde una posición contraria” (Morán, 2018). Así se puede afirmar la existencia de una incidencia ideológica normativa regulatoria basada

en la heterosexualidad y monogamia dentro de la sexualidad como tal que sigue poniendo límites a la expresión de la sexualidad en la práctica.

A pesar de esto “la masificación de nuevas tecnologías desarrolladas en las últimas décadas ha incitado transformaciones radicales en las prácticas sexuales de nuestra sociedad” (Plummer, 2003). Bravo (2020) asegura que “la época contemporánea nos ofrece un contexto de emergencia de prácticas sexuales alternativas, diversas y poco convencionales, algunas de las cuales transgreden los mandatos de la hegemonía sexual patriarcal”. Sin lugar a dudas, las maneras de percibir la sexualidad han tenido una serie de transformaciones; según Pasini (2005) “pasó de la pareja “institución” a la pareja “romántica”; de esta a la pareja “sensorial”; la primera finca sus bases en el matrimonio por interés, la segunda en el amor y la tercera en emociones intensas pero efímeras” (Bravo, 2020, p.47).

Para Rosales (2010), las identidades sexuales y los deseos eróticos forman parte de una sexualidad diversa, ya que las actividades, expresiones, opciones y orientaciones sexuales son amplias y variadas, y pueden constituir posicionamientos temporales de auto adscripción sexual en la trayectoria de los sujetos (Lara, 2012, p.59).

5.8 Placer

El placer sexual es un elemento primordial en el análisis de la sexualidad, este concepto surge como un elemento central y multifacético que se integra en las experiencias sexuales. A lo largo de la historia y culturas el placer ha tenido un entendimiento diferente para hombres y mujeres; si bien los dos son capaces de sentirlo este ha sido planteado como lo “prohibido” especialmente para mujeres.

El placer está ligado a las normas tradicionales de género, por lo que Bravo (2020) especifica que existen “términos asociados al placer sexual con base en cuatro aspectos principales: placer condicionado, honor social vinculado a la pureza, riesgo y responsabilidad” (p.55). Asimismo, señala que la juventud actual se encuentra en una lucha simbólica entre el disfrute de su placer y el juicio de su pureza (Bravo, 2020).

En este sentido, el placer está cargado de valores culturales, así como ideológicas que como especifica Thabet & et al (2015) implanta prohibiciones en la transmisión de la cultura, mediada por la interpretación de textos religiosos, la cual tiene incidencia directa sobre las prácticas sexuales”. A través del tiempo, ha existido un cambio generacional de la percepción del placer en hombres y mujeres, según Carrara (2022) las generaciones más antiguas percibían la sexualidad como “un precepto de silencio- secreto, buena (dentro del matrimonio, orientación a la procreación), mala (fuera del matrimonio relacionada con lo siniestro sin fines procreativos). El cuerpo durante la infancia aparecía exento de sensualidad o placer sexual, el disfrute era considerado “algo de varones” (p. 23).

Este mismo autor señala que las madres de la siguiente generación afirman que tenían mayor curiosidad de pensar en la sexualidad y limitación de la reproducción aunque con un nivel de culpa, había más preocupación por embarazos, economía y peso de la crianza; en este punto se tenía más gusto por las relaciones sexuales, pero dentro del matrimonio sin embargo estas están regidas por costumbres y genitalidad, existe limitaciones de diversidad de caricias y posiciones, era imposible manifestar su propio deseo y solicitar satisfacción al cónyuge, a pesar de esto, emergía una idea de mayor control y fortaleza ante la animalidad masculina (Carrara, 2022).

Por último, las hijas de generación más joven especificaban que mostraban deslizamientos de significados consideraban que tenían derecho a saber sobre sexualidad y a dialogar sobre este tema en pareja, el cuerpo era asociado a imágenes de sensualidad y naturalidad biológica, digno púdico y un objeto sexual la mayoría de ellas habían tenido relaciones sexuales antes del matrimonio, sin embargo, este sigue siendo la base de vínculos sexuales (Carrara, 2022).

En el contexto actual, existe cada vez menos continuidad de elementos tradicionales; debido principalmente a la globalización entre otros factores, se han roto lazos sociales locales, aunque al mismo tiempo se han ido estableciendo lazos sociales globales (Santos & Oliveira, 2018). Según Giddens “la modernidad trajo consigo un cambio en la organización del tiempo y del espacio, el requerimiento de la presencia corporal para las prácticas sociales no es necesario ni predominante. Existe una interacción desde kilómetros de distancia esto provoca un escenario local diferente; esto lleva a ampliar la posibilidad de desplazar costumbres en adaptación de cada contexto, llegando a los aspectos más íntimos de la cotidianidad” (como se citó en Santos & Oliveira, 2018, p.165).

Gracias a una globalización de la información y la rapidez del acceso a la misma Giddens resalta un interés por “deconstruir el dominio sexual masculino” (Bravo, 2020), al estimular un “tipo de amor basado en interacciones igualitarias” y una “sexualidad plástica” (Giddens, 1992). La sexualidad plástica representa “una reivindicación del placer sexual para las mujeres” que se aleja de la idea del fin reproductivo de la sexualidad.

Así mismo Llanes et al. (2013) aseveran que “el placer y la satisfacción con el orgasmo dependen más de la intensidad psicológica de la experiencia orgásmica, relacionada con los sentimientos y las emociones experimentados” (p.55); ello tanto en hombres como en mujeres, dando más peso a las nuevas masculinidades y al apego subjetivo de los mismos con el otro, haciendo la sexualidad más placentera y dejando de enfocarse específicamente en relaciones coitales, o placenteras para una sola de las partes.

En este sentido Zarranz (2019) afirma que “feministas partieron de una crítica a la sexualidad

vigente, interpretando a esta como una extensión de una masculinidad dominante, como un gesto narcisista de los hombres que desproveía a las mujeres de entidad y derecho al placer propio” (p. 206). Es así que para Bravo (2020) “el sexo se convierte entonces en una parte divertida, alegre y alentadora de una relación y a su vez transgresora que contiene manifestaciones de la aphrodisia: “aquellos actos, gestos, contactos, que buscan cierta forma de placer” (p.45). Para Zarranz (2019) “expresar de alguna forma nuestro deseo, saber cuál es, llegar a situar lo que sentimos, liberar nuestra sensualidad, dejarnos llevar por todas las sensaciones, ver, oír, tocar, que también nos llenan de placer” (p. 208). Siguiendo la misma línea Gaviria (2021) entiende que el placer se define como una “categoría fundamental en los procesos de subjetivación ética, que se antepone a la visión moderna de la sexualidad bajo el principio de “sujeto deseante”; y que implantan a los juegos de verdad desde las prácticas en la que los sujetos se constituyen a sí mismos”.

La subjetivación ética resulta relevante pues es un proceso mediante el cual los individuos internalizan una serie de valores principios y normas éticas que varían según el contexto y la época; éstas guían acciones de la vida cotidiana. En este sentido, para entender la subjetivación ética Quintana (2012) explica que tenemos que entender en primer lugar lo que es la ética personal “la cual implica la relación consigo mismo. resulta fundamental, en contraste con una “moral de obediencia a ciertos códigos”, que le impone al sujeto una verdad sobre sí, descifrable por medio de una “hermenéutica del deseo” (como se citó en Gaviria, 2021, p.53).

Es así que a partir de esta construcción de una ética personal se da lugar a una subjetivación ética de internalización de normas y limitaciones en la que, según Foucault, (2010) se modula de manera técnica los afectos, deseos, la conducta, entre otros; sobre todo, cuestión que nos ocupa: los placeres. Sin embargo, autores están de acuerdo con la amenaza de una desubjetivación del sujeto misma que para Foucault es “el inicio de un cambio de paradigma en las relaciones de poder y se basa en las nuevas subjetividades que surgen del distanciamiento de la norma y del sistema” (Núñez, 2020). Según Mora Parrado & García Gutiérrez, (2021) “la sexualidad se enmarca en la búsqueda por describir una genealogía del sujeto de deseo occidental o, mejor dicho, del sujeto deseante o un sujeto de deseo” (p. 166). Este sujeto es resultado de un proceso histórico de la sexualidad reguladas a través de construcción de narrativas entorno a la sexualidad, que comprenden y comunican “verdades”. (Gaviria, 2021).

Siguiendo a Foucault hay formas activas de elección consciente que involucran deseos sexuales, sensualidad y erotismo, que multiplican los deseos experimentados en el cuerpo y se relacionan con el entendimiento de nosotros mismos en términos sexuales. Existe un

amplio espectro de placeres, exploraciones eróticas y desafíos a las normas de identidad. (Bravo, 2020).

Sin embargo, la percepción de placer y sexualidad desde hombres y mujeres ha sido históricamente diferenciada por el juego de poder que se lleva y la asociatividad de la masculinidad. Bourdieu nos habla de la representación de la sexualidad masculina como lo deseable: dominante, activa, fuerte; estas definen la masculinidad y excluyen aspectos opuestos (Quiroga, 2022).

Así mismo, esto ha tenido un cambio en la experimentación de la sexualidad pues “se han estudiado las prácticas sexuales de varones que se definen como heterosexuales, pero que en forma regular o esporádica mantienen encuentros sexuales con otros varones independientemente de su orientación sexo-genérica” (Esparza, 2020). Es decir, se han abierto brechas de experimentación que han transgredido normas tradicionalistas para llegar a la búsqueda del placer. En la actualidad, especialmente a través de nuevas generaciones, en ambos sexos y desde diferentes orientaciones sexuales esa experimentación aumenta considerablemente aportando una diversificación de prácticas, relaciones e identidades/identificaciones.

En las nuevas lógicas establecidas por un cambio en la subjetivación de los individuos han surgido con ellas prácticas sexuales alternativas mismas que, según Bravo (2020), “se conciben como todas aquellas formas deseantes que dan sentido a la acción social del sujeto desde la lógica interpretativa de la realidad y el proceso de subjetivación del individuo y que se centran en la configuración de nuevos sentidos (significados) que se avizoran a partir de la práctica misma y que se construyen en función de la libertad, el espacio, los momentos y las necesidades sexuales, en donde probar lo prohibido se convierte en normal”(p.52).

Siguiendo esta misma línea es en donde Foucault concuerda “el sadomasoquismo comprende estas nuevas posibilidades de ejercer el placer, ya que, para él, lejos de ser una práctica agresiva mediante la cual los individuos descargan violencia, se refiere más bien a una producción creativa a través de la erotización del cuerpo” (Ríos, 2019, p.1681).

Echavarría (2020), destaca la teoría de Freud donde se menciona que el placer es la búsqueda constante de la agradabilidad como lo es la excitación sea sexual o por acontecimientos relevantes para la persona; teniendo así un principio de realidad que permite al sujeto buscar implementos o fantasías que aumenten el placer (como se citó en Mora& García, 2021).

Autores como Rubín, quien estableció el concepto de jerarquía sexual con objeto de “analizar la división entre sexualidades consideradas normalizadas y aquellas consideradas desviadas, reflejando como el límite, la norma, es una cuestión de poder objeto de disputas y resistencias

políticas” (como se citó en Martínez, 2018).

Así mismo Mora (2021) concuerda que “con el cambio de las dinámicas tradicionales surgieron modelos alternativos para vivir la relación de pareja, siendo estos la base de los matrimonios abiertos y las relaciones extraconyugales, modos de vida basado en la dinámica swinger” (p.28),

Las dinámicas swingers formadas con parejas sexo afectivas en relaciones no monogámicas la cual consiste en el intercambio de prácticas sexuales con otras parejas no monogámicas, con el objetivo de que el disfrute de la experiencia sea para los dos miembros de la relación. También, existen prácticas no monogámicas, como el poli-amor que es una relación cerrada que consta de tres o más personas en las que se forma un vínculo amoroso o también relaciones abiertas que esta consta de una dinámica exclusivamente monogámica-sentimental; sin embargo, dentro de esta relación existe la posibilidad de la interacción sexual con personas externas a la relación sentimental.

Sin lugar a duda, esta clase de práctica se pueden denominar como transgresoras a la norma social monogámica que redefinen la fidelidad. Aguilar (2020) entiende que “más allá de la exclusividad del sexo, conviven también a través del placer, excepto que eligen el erotismo: se juntan para vivir el deseo compartido” (p.56).

En este sentido también podemos ver una nueva significación de la fidelidad contraria a la norma tradicionalmente establecida que tienen marcados claros aspectos exclusivamente monogámicos como lo normal y lo correcto; según Alpañés (2022) “la infidelidad está socialmente más aceptada que cualquier práctica, acuerdo o fórmula donde no haya exclusividad”. Las prácticas no monogámicas al estar fuera de la norma desafía la organización del sistema monógamo, desafiando el fin también como tal reproductivo y heterosexual al mismo tiempo.

En el contexto actual, Alpañés (2022) resalta que nuevas generaciones están desafiando normas establecidas al reclamar su derecho a amar de otra forma, sin esconderse dejando de lado valores tradicionales. Los medios tecnológicos han jugado un papel fundamental tanto a nivel de expresión como de contacto con personas que tienen el mismo interés por estas alternativas. Klein (2022) nos dice que existe un creciente interés por las relaciones no monogámicas que a su vez refleja que existe un aumento de circulación de éste contenido creado y compartido por diversos medios, especialmente los tecnológicos.

Respecto al tema de las nuevas tecnologías López (2017) nos dice que “la vivencia de la sexualidad y sus practicantes suelen buscar una inclinación sexual matizada o ambigua, vivida dentro de un sitio donde las reglas morales no los limiten. Utilizan redes sociales como Facebook, WhatsApp y páginas en internet”.

La masificación del internet ha influido de manera importante en la vivencia de la sexualidad, de este modo Rivera (2020) señala que el acceso a información y la facilidad de conexión de los individuos a abierto lugar a un aumento de búsqueda de información sobre sexualidad. Además, Goldsman resalta el internet como un espacio que fomenta la exploración de diversas identidades sexuales y nuevas formas de acción política y creativa.

En este contexto, han surgido variedades de maneras de explorar y vivir la sexualidad, mediante el consumo de contenido educativo, comunidades en línea, aplicaciones de citas. Así mismo se han desarrollado formas para explorar la sexualidad. Entre esas están:

- El cibersexo o sexting mismo que según Chocron et al. (2022) “cibersexo ya que esta es una actividad que puede realizarse con rituales repetitivos, de manera solitaria, controlado los estímulos y experiencias buscadas, conlleva placer y puede responder a intereses fijos o restringidos, además que ayudan a satisfacer necesidades sin experimentar consecuencias negativas en su salud, y a algunos les resulta una herramienta positiva que les permite desde aprender sobre temas de sexualidad, buscar una pareja romántica o sexual, hasta explorar sus fantasías”.

En este aspecto se resalta una investigación planteada por Paredes& Tigse (2022) a 797 estudiantes matriculados en el período lectivo 2017-2018, mismo que reveló los siguientes datos:

Ilustración 1 Práctica de sexting en adolescentes en la Unidad Educativa del Milenio Manuela Garaicoa de Calderón, Cuenca 2018

	Frecuencia	Porcentaje
<i>sexting</i>		
Si	169	63,1
No	99	36,9
Total	268	100
<i>sexting pasivo</i>		
Si	156	58,2
No	112	41,8
Total	268	100
<i>sexting activo</i>		
Si	55	20,5
No	213	79,5
Total	268	100

Fuente: Unidad Educativa del Milenio Manuela Garaicoa de Calderón, Cuenca 2018
 Elaboración: Paredes& Tigse, 2022

Como podemos observar, en el estudio realizado a estudiantes de entre 10 y 17 años, el 63,1 % de participantes, practicó sexting. Destacando que los medios tecnológicos han incidido de manera bastante significativa en la vivencia de la sexualidad y a su vez esta clase de prácticas no tradicionales se han vuelto bastante comunes al menos en las generaciones más jóvenes. También se encuentra el Cyber affair el cual se refiere “al establecimiento de una relación sexual y/o emocional vía online y que se inicia y mantiene predominantemente a través del contacto virtual, vía e-mail o participando en comunidades virtuales, como chat rooms, juegos interactivos, incluye comportamientos con grados variables de intimidad sexual y emocional (e.g., compartir fantasías sexuales y satisfacción sexual mutua). Esta relación puede progresar paulatinamente hacia un encuentro cara a cara, especialmente cuando el comportamiento supone involucramiento emocional, más que sexual” (Rivera- Ottenberger et al., 2020, p.25).

5.9 Deseo

El deseo trasciende lo individual para posicionarse a un ámbito ligado a los contextos culturales, sistemas de poder y normas de género, esto influye en la construcción y expresión de las atracciones y preferencias sexuales. A través del tiempo ha tenido ciertas negaciones, especialmente desde el ámbito religioso hacia la mujer, mismos que son productos de evidentes mecanismos de control que lo que hacen es mantener permanente lo que Merced (2020) entendía como guiones sociales, “serían aquellos escenarios culturales que colocan en el campo de la sexualidad lo que es considerado como deseable y no deseable, es decir, dónde están los límites entre la conducta sexual apropiada e inapropiada” (p.107).

De igual manera, estas regulaciones son un espacio de “lo normalizado” en el que se encuentran las normas acerca de las formas correctas de sentir y expresar lo sentido y como es de esperarse las condiciones de la expresión del deseo son diferentes para hombres y mujeres.

Para entender un poco más el deseo Kaplan definió el deseo sexual o libido como “lo vivenciado como sensación específica que mueve al individuo a buscar experiencias sexuales o a mostrarse receptivo a ellas” (Salvazán et al., 2014, p.515). En mujeres al momento de hablar de deseo se tiene que tomar en cuenta un idealismo creado sobre el cuerpo femenino representando “la mujer perfecta” y además difundido por medios de comunicación. Éstas idealizaciones tienen un impacto en la autopercepción de las mismas mujeres, mucha de las veces de forma negativa, mucho más marcada según pasa el tiempo.

Es evidente la conexión entre la moralidad sexual femenino y los contextos conservadores, ésta ha generado una relación con la virginidad, el amor y la abstinencia, lo cual ha causado

una restricción en la capacidad de las mujeres para experimentar el deseo como componente de su respuesta sexual (Farré & Salas, 2009), lo que provoca una resistencia a una libre satisfacción a la sexualidad dejando de lado el deseo. Algo que sucede con regularidad especialmente en mujeres ancianas que “necesitan convencerse que tener deseos sexuales no es anormal, inusual o inmoral. Tienen que llegar a comprender los cambios psicológicos y físicos que se producen en esta edad evolutiva, que no significa la renuncia al placer” (p.80). Por otra parte, las normas sociales conservadoras han llevado a regular el deseo presentándolo de manera “naturalizada” y obligatoria al deseo heterosexual mismo que promueve una cultura en la que el género debe ser binario. Sin embargo, Farré & Salas (2009) también resaltan “el deseo sexual como un sentimiento que abarca todo el cuerpo, en el que se incluyen aspectos físicos y emocionales”. (Wood, Mansfield, y Kock, 2007). La misma normalización de la heterosexualidad ha llevado a que esta se vea enfrentada a otras alternativas pues lo ha presentado como obligatorio y natural pues en sí, no tiene ningún fundamento más que el moral, cada vez menos representativo para nuevas generaciones. En este sentido según Mérida (2002) surge una transgresión a la heterosexualidad institucionalizada la cual es limitante y represora de aquellos deseos que buscan escapar de su norma (Fonseca Hernández & Quintero Soto, 2009), es decir, la manifestación de deseo de personas del mismo sexo, la cual desafía directamente la norma dominante de identidad binaria patriarcal. Es importante mencionar que la expresión de deseos fuera de la heteronorma enfrenta diversas formas de discriminación y exclusión ya que directamente cuestiona la identidad sujeta a normas tradicionales.

5.10 Cuerpo y aspectos tecnológicos comunicacionales

El cuerpo humano y la relación con los medios comunicacionales han tomado un papel central en la manera de comprender la sexualidad y la identidad. El vínculo entre éstos ha abierto nuevas posibilidades en la exploración y expresión de la sexualidad, creando espacios interactivos en donde se puede compartir información relacionada con sus deseos y experiencias.

Es importante descartar que existe una ruptura entre cuerpo y espíritu con el propósito de “entender todas las formas de búsqueda ontológica que van desde prácticas ascéticas, religiosas, o como en el caso que nos compete, tecnológicas”(Sánchez, 2010). Los medios tecnológicos comunicacionales y especialmente los virtuales se presentan como un escenario, en el cual los cuerpos tienen un espacio de proyección diferente (Sánchez, 2010). Los espacios publicitarios son especialmente ejemplificadores de espacios de presentación y reproducción de cuerpos idealizados que representan estereotipos de género. Ellos siguen reproduciendo una forma de control del cuerpo femenino. “Los parámetros de belleza, las

formas normativas de vivir, el sexo, el porno streaming como pedagogía sexual apuntada hacia el placer masculino” (Rodríguez, 2019, p.2) generando una sociedad que utiliza el cuerpo femenino sea expropiado de sí mismo.

En un estudio realizado por Ponton (2016) sobre la representación del cuerpo femenino en publicidad mediática en Ecuador, resaltando que se han normalizado esquemas de “percepción y apreciación que giran en torno a la idea de que las mujeres tienen que cumplir con estereotipos de belleza cada vez más comerciales, por lo que se ha interiorizado un habitus profundamente encarnado en la identidad de las mujeres”(p.32), especialmente en estratos sociales más privilegiados, en donde el ser apreciado como atractiva es un factor de reconocimiento y posición social.

La presentación del cuerpo femenino y masculino en contextos publicitarios y redes sociales desempeñan un papel fundamental en la construcción de una subjetividad en torno a la estética ideal. Esto ha creado una idealización de la apariencia física en la cultura visual, como un mecanismo de disciplinamiento corporal, estableciendo un estándar de belleza como un método de control y regulación del cuerpo. (Ponton, 2016); en este contexto Goffman destaca que “las conductas corporales se estandarizan y generan obligatoriedad y asimilación” (García, 2021, p.7).

Es así que Guimaraes (2020) destaca que la representación de los cuerpos es por un lado “la materialidad de las identidades” dentro de una sociedad patriarcal hetero-normada representada mediante binarismos, también, destaca que mientras exista representación va a existir exclusión y marginación, sino de todos los cuerpos, al menos de aquellos que no están dispuestos a conformarse con estándares normativos. Estos patrones que se han ido internalizado a través de lo que Bourdieu lo denomina como “habitus” en este ámbito de las relaciones de género; “es decir se plantea como natural la organización socio cultural, económica, política, etcétera, de las sociedades ligada a la dominación de los hombres y lo masculino por sobre las mujeres y lo femenino” (Rodríguez, 2019).

Dentro de este contexto la publicidad por diversos medios ha ido basándose en estereotipos de género cargando a ambos sexos de características físicas, además de emocionales y conductuales; pautando la diferenciación de personalidades de hombres y mujeres (Vega et al., 2019), perpetuando a su vez modelos de feminidad y masculinidad. Por eso Rincón (2002) resalta que los medios tecnológicos comunicacionales modelos de comportamiento e interpretación de la realidad, convirtiéndose en un importante agente socializador. Por medio de éstos se asimilan normas y valores que se instauran en las personas como una guía de acción individual y colectiva. (como se citó en Rodríguez, 2019).

Como se deduce por lo señalado hasta aquí estos estereotipos están enfocados en

particularidades según el género; según Cabrera (2010) “el rasgo estético más apreciado para el hombre y que realza la estética masculina es la musculatura”; dentro de este punto Gálvez (2021) también resalta como “hipermasculinidad a los hombres negros y latinos caracterizados por su excesiva masculinidad. Por su naturaleza salvaje e hipersexualidad y los cuerpos hipermusculados”, mientras que en la mujer el rasgo corporal se traduce en la delgadez que presente. Recalca que se trata de “una representación no casual y explícita de la inferioridad femenina de la que se hacen eco los medios de comunicación hasta la sociedad” (como se citó en Vega Saldaña et al., 2019).

Como se señalaba, el sistema de dominación es naturalizado mediante un habitus; en este sentido, también se establecen conexiones entre el goce del placer femenino en función de relaciones heronormadas y centradas en el falo, lo que tiende a limitar otras alternativas para experimentar placer que no requieran de un hombre. En este sentido empieza surgir el cuestionamiento de la priorización de los deseos del hombre, desafiando la norma” (Vega Saldaña et al., 2019).

En esa misma lógica destacar también, la utilización de desnudos del cuerpo de la mujer erotizándolas; según Rojas (2018), se trataría de una “objetivación sexual, producida más frecuentemente en las mujeres que en los hombres” (p. 320), la cual comúnmente es presentada de dos maneras: la primera “la mujer que se presenta como un objeto decorativo que aparece junto al producto anunciado como formando parte de él; como si producto y mujer fueran en el mismo “pack”; y el segundo“ se utiliza para simbolizar el éxito masculino y se emplea habitualmente para anunciar productos destinados al hombre de la clase social elevada y alto nivel adquisitivo” (p.320). Es decir, la cosificación de la mujer es representada como una figura decorativa que puede ser incorporada como un elemento consumible más en los medios publicitarios (Travesedo, 2018).

La cosificación ha provocado ya sea de manera consciente o inconsciente que las personas, mayormente mujeres, sean representadas como una clase de decoración para resaltar la superioridad del otro, reproduciendo imaginarios de relaciones de poder; perpetuando una visión de desigualdad y sumisión en las dinámicas de género. (Corrales & Galindo, 2014).

Desde diferentes medios se ha presentado tan frecuentemente este modelo al punto de tenerlo en la cotidianidad, haciendo imperceptible, según Corrales & Galindo (2014) una “normalización de una retórica de lo visual, de una multiplicidad de estrategias que buscan explotar en diversas formas el objeto del deseo que es el cuerpo femenino”.

Cabe destacar que también a través del tiempo esta cosificación del cuerpo ha sido utilizada también en pro del beneficio económico tanto de hombres como de mujeres. A la vez hay que resaltar que los medios tecnológicos al volverse una carta de presentación individual han

adaptado los modelos publicitarios a una forma personal de promoción; por un lado se presenta una “sobrecarga de la sexualidad femenina para dar cuenta la hipersexualización de las mujeres; como mandato de feminidad, en la actualidad las mujeres son mejor valoradas en tanto en cuanto mayor sea su atractivo sexual para los hombres” (Ranea, 2021); y por otro lado, se las presenta como “mujer femenina” que se “espera que sean tanto en su apariencia física como en su comportamiento débil, dócil, delicada o recatada entre otros rasgos” (Ranea, 2021).

El vínculo que se ha forjado entre capitalismo y patriarcado ha implicado la creación de un mercado en torno al cuerpo, la sexualidad y el sexo; según Vásquez (2020), se incorpora un cuerpo comparable con las fantasías sexuales que Playboy desarrolló en la década de los 50: delgado, fuerte y atractivo, siendo este el estereotipo marcado como objeto de deseo, que a su vez representa un “ideal inalcanzable”, al igual que la mujer cosificando el cuerpo del hombre convirtiéndolo en comercial.

De esta manera se puede desarrollar un sentido de placer sexual “obtenido de los pensamientos de ser transformado o transformar a otro en el objeto deseado” (Vásquez-Ortega, 2020). El cuerpo es así un medio de representación y reproducción de modelos de masculinidad y feminidad, vale la pena destacar la íntima relación entre las relaciones de desigualdad presentes en los medios: por un lado la masculinidad hegemónica y por otro la hipperfeminidad que, según Ranea (2021), “es aquella que se espera por parte de las mujeres y que se construye y representa para los hombres; es decir esa feminidad que busca satisfacer al hombre y que se adapta a la organización del poder masculino”, esa construcción de una estética que se ha puesto al servicio del deseo masculino. Esta forma de hipperfeminidad es un modelo de feminidad que reproduce la masculinidad hegemónica es una forma para que se siga conservando y perpetuando la “masculinidad hegemónica”.

5.11 Pornografía, influencia sexual y social.

Una de las industrias más conocidas vinculadas a la sexualidad es la pornográfica, misma que según El Universo (2022) estuvieron en el sexto y séptimo lugar de páginas más buscadas en el 2021, se generaron 16 millones de búsquedas en Ecuador.

En este aspecto desde la investigación planteada por Castaño & Bustamante (2009) en una institución educativa en la Ciudad de Cuenca, en donde se analizó a 961 estudiantes se pudo destacar lo siguientes datos:

Ilustración 2 Edad en la se empezó a consumir pornografía

GRUPOS DE EDAD	Frecuencia	%
10 a 13 años	338	37,1
14 a 16 años	344	37,6
17 a 19 años	231	25,3
TOTAL	913	100

Fuente: Formulario de investigación

Elaboración: L. Arias y C. Cabrera B.

En este sentido se resalta la temprana edad del acceso a pornografía dentro del contexto estudiado “con una distribución casi uniforme de los 12 a los 19 años” (Castaño & Bustamante, 2009, p.32) que como bien podemos observar la misma tiene gran influencia en la percepción individual de la sexualidad.

La pornografía se presenta como un fenómeno económico y al mismo tiempo como un medio de representación de la idealización de la sexualidad, de la hiperfeminización, de la hipermasculinización, una serie de performance del sexo en sí; Cobo (2020) de la misma manera destaca la pornografía como un “negocio internacional y, al mismo tiempo, fuente inagotable de definiciones sociales sobre la sexualidad, sobre el placer, sobre el poder, sobre la masculinidad y la feminidad o sobre la mercantilización del cuerpo, entre muchas otras significaciones”.

Así mismo en un estudio realizado en la ciudad de Guayaquil que resalta la importancia de los medios de comunicación en adolescentes presentando los siguientes datos:

Ilustración 3 Medios de comunicación en influencia de conducta sexual



Fuente: Unidad Educativa Universitaria “Francisco Huerta Rendón”

Elaborado: Balseca, 2018

Claramente los medios de comunicación desempeñan un papel sumamente en la construcción de subjetividades e identidades sexuales, ya que en las generaciones más jóvenes su impacto destaca notablemente. En este sentido Balseca (2018) enfatiza, que las/los jóvenes tienen gran influencia sobre su conducta sexual ya que tienen mucha facilidad

para conectarse a internet y consumir pornografía.

La revolución sexual ha marcado un punto de inflexión especialmente para la feminidad, al permitirles orientarse hacia el disfrute sexual. Sin embargo, a la par se ha dado el surgimiento de formas de control de la norma sexual: la pornografía, como una puesta en escena que sugiere que la sexualidad femenina debe subordinarse. Por otra parte, este modelo solo es efectivo si ejerce la suficiente presión normativa sobre el conjunto de las mujeres a afectos que ajusten su sexualidad a esa propuesta dominante, así mismo en este modelo de destacan formas y actitudes determinadas de prácticas sexuales que dentro de la masculinidad instaura un modelo de lo que debería ser deseante para ellos.

El sistema patriarcal constituye el referente para que esta industria de consumo masivo a través de los medios tecnológicos comunicacionales marque tanto parámetros de comportamiento, como modelos de masculinidad y feminidad expresado en la estética como en el comportamiento de sí dentro de la sexualidad con la finalidad de instaurar un imaginario colectivo. Esta replica una “jerarquía patriarcal fortaleciendo la dimensión sexual de las mujeres, pero también la definición de los varones como seres agresivos y violentos. La pornografía es un mecanismo ideológico de destrucción de sentimientos de empatía es un mecanismo de violencia patriarcal” (Cobo, 2020, p.134). Dentro de la misma se mueven una infinidad de narraciones o de interpretaciones que tratan de replicar una serie de violencia patriarcal alimentada de una hipersexualización de la mujer y esta de alguna manera ha sido como naturalizada dentro de la cultura.

Así también surge una “sobrecarga simbólicamente de la sexualidad a las mujeres”, gracias a esta cultura de consumo de masas que también ha llevado a la hipersexualización de la mujer en diferentes medios como en el cine, la música, videojuegos, los medios publicitarios entre otros, esta hipersexualización de la mujer es una forma de cosificación puesto que se empieza a desvalorizar a sí misma para ponerse en expectativa de los demás, de la imagen y del modelo de comportamiento de que se espera de ella.

Sin embargo, el hombre tampoco se exime de representaciones idealistas. “el cuerpo masculino normativo es activo y, por tanto, ha de ser penetrador, pero no penetrado” (Ranea, 2021, p.138). La exaltación de este tipo de imponencia resalta en un ideal masculino: instaurando la idea de un cuerpo normal con determinada masa muscular, determinado tamaño del pene, viril en la forma de caminar o sentarse. Se presenta la necesidad de ajustarse a las normas de género masculinas, como una forma de disciplinamiento del cuerpo para masculinizarlo, ajustándose al imaginario tradicional de género” (Ranea, 2021).

Es importante el resaltar que el falo es la representación del poder de fuerza a través de la virilidad. Los imaginarios que implanta la pornografía sobre el miembro masculino generan

prejuicios que se resaltan en los hombres, respecto al tamaño de su órgano “mientras más grande mejor”, y creen que las mujeres únicamente pueden sentir placer con un pene extremadamente grande y grueso” (Morales Aguayo, 2020). Dentro de la pornografía el cuerpo del hombre está según Cobo (2015) “construido para el poder y el cuerpo de la mujer está construido para el no-poder. Las mujeres reciben el mandato de que sus cuerpos deben crearse en función de la mirada masculina y, precisamente por ello, la sexualidad debe ocupar un lugar central en las representaciones de lo femenino” (González et al., 2022, p.14). En este sentido, la pornografía también busca promover un patrón de subordinación de las mujeres hacia la sexualidad de otros, se presenta el encanto de que existe un disfrute sientido humilladas y violentadas bajo las servidumbres sexuales” (Moratalla, 2021). También Moratalla (2021) resalta que “la pornografía se ha centrado en una sexualidad coitocéntrica donde domina la búsqueda de la eyaculación masculina” que, si bien dentro de un contexto bastante tradicional históricamente se pudo ver interiorizado, desde un punto de vista de nuevas generaciones este puede presentar deficiencias.

Pese a la tendencia histórica patriarcal de la pornografía, en debates actuales sobre esta al interior de los feminismos, no existe unanimidad (tal cual sobre la prostitución u otros aspectos con clara vinculación moral) en valorarla como negativa para las mujeres, existiendo tendencias que reivindican la libertad para las mujeres de consumirla y protagonizarla si lo desean; en ciertos casos, este planteamiento significaría la superación de una pornografía androcéntrica ni basada en la lógica patriarcal.

5.12 Performatividad y sexualidad

Podemos entender a la performatividad, como una puesta en escena de la manera de desenvolverse en la sociedad basados en ciertos libretos, en ciertas normas, con la finalidad de reproducir actos repetitivos, toda esta serie de regulaciones tiene una incidencia dentro de la sexualidad, dentro del género, del placer en sí, así como también en diferentes aspectos de la cotidianidad.

Como se ha señalado, los medios de comunicación han sido instrumento de difusión de normas sociales tradicionales y han incidido en la creación de idealizaciones sobre diferentes aspectos; sin embargo, al mismo tiempo han sido un mecanismo de transgresión de las mismas normas tanto en hombres y mujeres y también en la puesta en escena de cómo deberían expresarse y verse: las normas orientadas hacia la preferencia sexual, abstinencia y la monogamia.

En este aspecto Calquín (2020) especifica que los performativos de género son “actos repetitivos de una copia que dan la apariencia de sustancia a las categorías hombre/mujer”. En este sentido la norma es reproducida a partir de un habitus mismo que se ha encargado

de normalizar y de reproducir relaciones de poder basadas en oposiciones binarias y en relaciones desiguales entre hombres/mujeres.

Para Foucault “la norma es la medida del poder regulador a la vez principio de posibilidad y legitimación de cierta forma de ejercicio político que dispone reticularmente el cuerpo y sus movimientos en el tiempo y el espacio”. En así que los medios de comunicación tanto se han orientado a la difusión de la norma tradicional hegemónica que justifica desigualdades y relaciones desiguales, así como también se tiene presenta esta deconstrucción de la norma, saliéndose del marco considerado como “normal”. Hay que tener presente que las normas son provenientes de los mismos individuos condicionados por las normas sociales, encargadas de premiar o castigar lo “normal”, la existencia de la norma como una forma autónoma del individuo es un poco fantasiosa, puesto que se requieren de los individuos para la ejecución y la creación de la norma como tal.

El género según Butler (2016) también es una “forma de poder social que produce el campo inteligible de los sujetos, aquello que hace al sujeto legible a los otros, a la vez que un aparato que instituye el género binario” en este sentido justificante del orden social.

Teniendo en consideración que las normas son creadas por los individuos, el hecho de pensar en la transformación de las normas sociales es una constante dentro de la sociedad; la manera de la interpretación y reinterpretación de las realidades está en constante definición. así mismo se resalta difícil de superarla pues no se puede separar del sujeto. La liberación implicaría cuestionar y redefinir prácticas y acciones que forman la norma, desde adentro a través de la crítica de acciones. (Calquín, 2020).

La norma ha sido reguladora en las relaciones sociales en todos los ámbitos, desde el punto de vista del género ha regulado desde la asignación de los mismos roles como el establecimiento de un parámetro hegemónico de la estética de cómo debería verse el cuerpo de un hombre o de una mujer reproduciendo un modelo de “belleza hegemónica”. Como se ha analizado, desde el punto de vista de la sexualidad la norma se ha relacionado a la mujer con el acto de pureza, cuidado, heterosexualidad; al hombre por otro lado se lo ha relacionado con fortaleza, placer, virilidad, y heterosexualidad.

La sociedad heterosexualizada, establece a la homosexualidad como anormal excluye a las mujeres lesbianas de ser mujeres y hombres gays de ser hombres. Calquín (2020) nos habla de un “lesbianismo materialista que ubica a las mujeres como clase, realiza la heterosexualidad, no como preferencia sexual, sino como régimen político” (p.47), es decir destaca que no tiene que ver el sexo como tal en la construcción del género sino, más bien, el género como una construcción basada en relaciones de poder.

La homosexualidad rompe la norma de la desigualdad justificada bajo fundamentos basados

tanto en el sexo (como justificación biológica), tanto como en el género (asignación de roles), puesto que no se destaca el sentido de inferioridad o superioridad dentro de una relación entre mujer-mujer o hombre-hombre. El constante acceso a información cada vez más variada ha llevado a que el cuestionamiento del orden hetero-normado, hetero-sexualizado se ponga en debate. Calquín Donoso (2020) nos habla de “el giro Wittigiano al cuestionar como la mente recta- heterosexual condujo a la proliferación de discursos y prácticas desestabilizadoras de la heterosexualidad que se agruparon bajo las etiquetas de lo queer” (p. 48).

En este sentido Butler afirma que el “pensamiento queer, en particular, puede jugar el papel de un antídoto crítico contra esas ideas homo -y trans- normativas de la buena vida, que reflejan modelos de la vida heterosexual” (Bernini, 2018) las nuevas generaciones buscan una representatividad en la que no tengan que adherirse a las normas rígidas de género. Se ha establecido desde la teoría Queer que las identidades de género son constituidas culturalmente mediante performativos que intentan establecer parámetros adheridos a los “normal” reproducidos mediante los agentes de socialización (Bernini, 2018).

Desde la perspectiva de lo Queer, la identidad de género y la orientación sexual ya no están limitadas a categorías binarias si no también afirma que se admiten como un “espectro fluido” en el que es permitido experimentar diversidades de atracciones e identidades.

5.13 Interaccionismo simbólico feminista (ISF)

Desde una postura crítica conceptual en el feminismo existe una constante discusión y lucha sobre las desigualdades sociales y sus tendencias de pensamientos desde diferentes corrientes; por su parte el “el feminismo empirista que busca eliminar sesgos de género desde su postura inferior de poder para hacer “buena ciencia” (García et al., 2021) es decir, busca incluir una diversidad de grupos “subrogados” que se presenten en una situación de desigualdad cuyas carencias son principales para la producción de conocimiento con la finalidad de “buscar una comunidad científica que tenga una amplia diversidad de valores e intereses para que existan balances que controlen la influencia negativa en la producción de conocimiento” (Echeverri & Fernández, 2022).

El postmodernismo feminista que busca deconstruir la categoría “mujer” y se enfatiza en la reivindicación de la otredad. También destaca en general la importancia de generar rupturas significativas con el pensamiento dominante masculino, moderno y falocéntrico presente a lo largo de la humanidad (Guillén, 2003; García et al., 2021). A la par el enfoque del Punto de Vista Feminista se posiciona con una forma de contrarrestar este privilegio epistémico en la percepción de las mujeres como sujetos subalternados” (García et al., 2021), dando voz a experiencias y conocimientos de estos grupos relegados, el feminismo cuestiona las

estructuras de poder y busca desafiar normas y valores que perpetúan desigualdades de género. Este enfoque busca comprender la realidad y como se valida el conocimiento, considerando las experiencias y perspectivas de mujeres como fundamentales para una comprensión integral de la sociedad.

El feminismo como tal busca trascender de una postura conceptual a un posicionamiento político, en base a una producción científica que “articula rutas de acción y transformación social” (García et al., 2021). Las corrientes feministas tratan de explicar las relaciones de desigualdad representadas en dinámicas de opresión justificadas en la diferenciación sexual. Sin embargo, desde la discusión feminista se logra evidenciar la íntima relación entre sexo y género, haciéndolas vinculantes y representando el género de manera simbólica a través del cuerpo. Se toma parte desde la creación de significaciones que tienen los individuos para dar un sentido colectivo sobre la realidad, que con el tiempo y a través de los individuos se va replicando, y eventualmente, normalizando (Maldonado & Contreras, 2011); en este punto resalta el individuo no solo como actor pasivo que sigue normas y valores establecidos si no como un actor capaz de negociar dichas normas y valores, capaz de reinterpretar la realidad y crear nuevas significaciones de la misma.

Por su parte Goffman también recalca que “el hombre es un animal práctico que debe adaptarse en todo momento a sus condiciones inmediatas, interpretando su contexto para construir opciones de conducta, que serán afirmadas o rechazadas en la acción futura” (Maldonado & Contreras, 2011, p.161). En la medida que las estructuras sociales no son externas a los actores, sino más bien los actores reproducen las estructuras sociales y las estructuras sociales reproducen a los actores mediante subjetividades, acciones, interacciones y significaciones que están en constante negociación; se puede observar que se da un constante mar de posibilidades para la transformación de las estructuras (García et al., 2021, p.98) tal cual afirman varias teorías feministas. Estas dan la posibilidad de abrir “una ventana hacia el mundo empírico para observar las contradicciones y los matices de las experiencias y los significados, y (re)descubrir nichos de indagación sobre cómo opera la desigualdad y cómo desarticularla”; estas premisas son el comienzo de un largo proceso de des-aprendizaje y reaprendizaje, así como de re-significaciones “particularmente para la búsqueda de su legitimación y libertad” (García et al., 2021).

6 Formulación de hipótesis o/y pregunta de investigación.

¿Cómo la incidencia de los aspectos tecnológicos-comunicacionales han influenciado la percepción y vivencia de la corporalidad y el placer en la sexualidad en hombres y mujeres durante tres generaciones dentro de la ciudad de Cuenca en el año 2022?

7 Diseño metodológico

La presente investigación maneja la relacionalidad entre la influencia de los medios tecnológicos- comunicacionales y la percepción de la sexualidad, cuerpo y placer por parte de las personas. Como temas complejos, diversos, significativamente subjetivos; se abordarán desde un diseño metodológico cualitativo que permita la captación de ese tipo de aspectos.

Según Hernández (2014) “en la investigación cualitativa a veces es necesario regresar a etapas previas” (p.8); en este caso se analizará la evolución de las percepciones y vivencias de hombres y mujeres sobre sexualidad de tres generaciones basándose en su proximidad con el desarrollo de la tecnología.

De esta manera se seleccionó la generación Baby boomer, nacidos de 1946 a 1964 que comprenden desde los 58 años en adelante, por estar asociada a una “vida analógica en su infancia” (Nicolás, 2016). Ésta generación presenta un contacto directo con medios de comunicación más tradicionales como periódicos, revistas y teléfonos de rueda, y su acceso a tecnología e información es bastante limitado en la actualidad. Por otra parte. la generación Millennial vivieron el proceso de desarrollo de las tecnologías y el acceso a redes sociales de 1981 a 1996 y por tanto de comprenden 41 a 26 años, y por último a la Generación Z, según Nicolás (2016) “la primera a la que podríamos llamar de auténticos nativos digitales”, nacidos de 1997 a 2012 que comprende 25 a 10 años.

Se destaca un diseño fenomenológico explicativo, el cual según Hernández (2014) tiene como propósito principal “explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias” (p. 493).

Aquí se pretende tomar en cuenta para el abordaje de la investigación aspectos tales como orientaciones e identidades sexuales, formas de aproximación desde diferentes agentes socializadores (familia, educación formal, ideología, círculo social cercano, medios tecnológicos comunicacionales), placer, masturbación, virginidad, y cómo las normas sociales enfocadas a la virginidad, la heterosexualidad y la monogamia se han ido reproduciendo o transgrediendo a través de generaciones.

Para entender los procesos de cambio y las particularidades de estos se aplicó entrevistas semi estructuradas en base a seis categorías: 1. Datos Generales 2. Sexualidad 3. Medios tecnológicos comunicacionales 4. Cuerpo 5. Pareja 6. Placer. Se realizaron un total de 44 preguntas, esto con la finalidad de responder los objetivos planteados a nuestra unidad de análisis, es decir, hombres y mujeres de las diferentes generaciones se tomó una muestra a conveniencia de la investigadora.

Se obtuvieron grabaciones de 12 mujeres, 9 hombres de diferentes generaciones; se adquirió información de 21 personas en total de las cuales se seleccionaron a 2 personas de cada generación con la finalidad de cumplir un principio de paridad de género. Dentro de este marco se presentó dificultad en el acceso de información, sobre todo en generaciones más antiguas que en algunas ocasiones presentaron incomodidad al momento de tratar ciertos temas de sexualidad; sin embargo, se logró llegar a un acuerdo con los/as entrevistados/as manteniendo el anonimato en las entrevistas realizadas.

Para el análisis de la incidencia de los aspectos tecnológicos-comunicacionales sobre la corporalidad y placer de hombres y mujeres se realizó un análisis de contenido temático con un enfoque feminista de contenidos publicitarios de diferentes medios correspondientes a cada generación. Para esto se ha realizado un análisis semiótico de las publicidades esto ya que “la semiótica en un análisis de imágenes la considera como herramienta principal para descubrir los valores y pautas culturales de una sociedad determinada” (Learco, 2007).

Es importante el destacar la importancia del análisis publicitario puesto que las imágenes tienen una carga narrativa normativa de formas de vivir y pensar en diferentes aspectos de la vida, como la sexualidad, división de géneros, la sensualidad. Esta carga es interiorizada y asumida por medio del lenguaje y la cultura y reproducida por discursos sociales, es así que se implanta una percepción del cuerpo que a su vez se ve materializada en el cuerpo mismo. Se consideró el periódico como el medio de comunicación a analizar ya que este fue fuente clave de información y de entretenimiento para la generación Baby boomer así como también fue un medio de comunicación que estuvo presente con la generación Millennial, aunque en menor medida con respecto a la generación anterior.

En este método se ha desarrollado un instrumento compuesto por componente escrito, componente icónico, y un breve análisis de la puesta en escena de la imagen. También se adicionó segmentos referentes a reproducción de rol de género, reproducción de feminidades, masculinidades y modelos de familia tradicional.

En lo que se refiere al “componente escrito” se distinguirá la presencia del nombre propio del producto que se llamará “marca” y la transcripción escrita, del contenido en lo que se referente a la “componente icónico” se distingue la “reproducción icónica del producto” referida a la descripción de cómo está presentada lo referente a la marca y slogan, y la “explicación icónica” referida a cómo está puesta en escena las ilustraciones dentro de la imagen así mismo; se encuentra presente un breve análisis con enfoque de género el mismo que explica temas de intertextualidad, binarismo, mitos que tratan de reproducir las imágenes y si estas tienen relaciones funcionales o no con el producto presentado.

Para las entrevistas se aplica un tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia; en este

caso se realizó un análisis hemerotecario de las imágenes publicitarias desde el año de 1982 hasta el 2000 considerando únicamente el mes de diciembre resaltando como uno de los meses más comerciales del año.

También se tomó de referencia el instrumento de Gálvez (2021) quien “diseñó una tabla de codificación visual para extraer los datos que arrojaban los perfiles individuales (Ver anexo B, pág 156). La codificación se organizó alrededor de tres ejes principales a través de los siguientes criterios: 1. Representación Visual: Tipo de foto (retrato frente a fotógrafo / frente a espejo / selfie); Plano (primer plano/ medio/general); Mirada a cámara (sí / no). 2. Indumentaria: Parte superior (desnudo o semidesnudo / camiseta o derivados / abrigo); Parte inferior (piernas al aire / piernas tapadas). 3. Presentación masculina casual; Características estereotipadas de masculinidad; Masculinidades alternativas”. Entendiendo la presentación masculina casual como fotos de hombres en escenarios relacionados a la cotidianidad, las características estereotipadas de masculinidad entendida como “hombres caracterizados por su hipersexualidad, fuerza cuerpos hipermusculados” (Gálvez, 2021), así como “masculinidades alternativas: hombres caracterizados como afeminados y andróginos, en lo que se considera, desde esta perspectiva, una masculinidad deficitaria, afeminados, masculinidades femeninas, transexuales y trans géneros” (Gálvez, 2021).

Así mismo, entendiendo la presentación femenina casual como un modelo que imágenes relacionadas con la cotidianidad, las características estereotipadas como femeninas enfatizada que “se centra en la expresión y exaltación de atributos femeninos” (Ranea, 2021) enfocadas en la representación de delgadez y delicadeza; y finalmente feminidades alternativas como “mujeres estigmatizadas como masculinas con una feminidad deficitaria” (Ranea, 2021).

Se realiza una observación etnográfica virtual en la que se analizó 30 usuarios hombres y 30 usuarios mujeres, todos definidos como heterosexuales dentro de la plataforma. Esta red social fue seleccionada por medio de las entrevistas realizadas y su presencia saturada en las mismas, con el objeto de describir cómo se presenta la expresión del cuerpo en medios tecnológicos comunicacionales en generaciones más actuales.

Herrera (2018) también esclarece que es necesaria la “revisión bibliográfica, ya que contextualiza un tránsito desde la epistemología de investigación,” así mismo según Agudelo et al. (2014) aportan en la “interpretación de textos y documentos de forma explícita o implícita”.

Para el tratamiento de la información obtenida como Atlas ti mediante la creación de 41 códigos específicos para un análisis temático de las entrevistas semi estructuradas guiándonos en categorías principales que son Medios tecnológicos comunicacionales y

sexualidad para localizar aspectos claves. Según Braun & Clarke (2006) “organiza y describe en detalle el conjunto de datos. Sin embargo, con frecuencia, va más allá e interpreta diversos aspectos del tema de investigación” (Braun & Clarke, 2006, p.79).

Finalmente se realizaron matrices con la finalidad de poder sistematizar la información clave de los análisis de las diferentes publicidades seleccionadas y también de la red social Tinder con la finalidad de poder hacer un análisis comparativo de las mismas.

7.1 Reflexividad y consideraciones éticas

La presente investigación destaca un análisis crítico de estructuras patriarcales que tienen una incidencia directa dentro de las experiencias y percepciones de las personas en relación con su cuerpo, sexualidad y placer. Se utiliza un enfoque feminista con la finalidad de evidenciar y criticar las desigualdades de género y relaciones de poder internalizadas dentro de la sociedad.

Estas relaciones asimétricas se ven manifestadas mediante normas sociales que trascienden a prácticas culturales limitando la autonomía de las personas y decisiones sobre aspectos fundamentales como la sexualidad y placer; se persigue analizar cómo el acceso a medios de comunicación e información en diferentes etapas sociales, ha incidido en la adopción y cuestionamiento de normas, prácticas y valores tradicionales.

En el presente estudio se dio absoluta prioridad a la protección de la identidad de los y las entrevistadas en todo momento, respetando a su vez la dignidad y los derechos de los y las participantes. Es así que se obtuvo un consentimiento informado de los y las involucrados/as dentro de la investigación, que antes de su participación tuvieron una explicación clara de los objetivos y procedimientos que se utilizaran para el tratamiento de la información.

Es de vital importancia señalar que la conservación de la privacidad de los y las participantes fue fundamental para la obtención de la información, es así que se empleó códigos en lugar de nombres, asegurando la confidencialidad. Así como también se comprometió a no hacer uso de sus imágenes. Fue transcendental proporcionar apoyo a los participantes, creando un espacio de confianza y confort, alejado de prejuicios y estereotipos, validando las experiencias de cada uno, dentro de un marco alejado de posturas tradicionalistas conservadoras, así como de validar aquellas experiencias que se enmarcan dentro de estas. Es importante tomar en cuenta que si bien lo que se pretende es comprender cómo ha cambiado la percepción y vivencia de las diferentes generaciones de hombres y mujeres fue también vital, evitar confrontar percepciones personales con las que no se está de acuerdo, pues, el contexto temporal es variado, así como también los contextos sociales dentro de las experiencias de los y las entrevistados/as. A su vez, se asumió desde un inicio la dificultad de tratar temas socialmente velados y que pueden incluso constituir tabú social, por lo que

los temas fueron abordados con los y las entrevistadas con extrema delicadeza.

Finalmente, en medida de lo posible, se buscó incluir diversidad de identidades, de perspectivas y experiencias de las diferentes generaciones para garantizar la representatividad de los diferentes grupos. Se presentó gran interés por parte de los y las participantes dentro de la investigación, por lo que se pretende un proceso de devolución de información, conservando la confidencialidad de las diferentes identidades; así se acordó con cada uno de ellos una vez finalizada la presente investigación.

8 Resultados

8.1 Vivencia de la educación sexual

8.1.1 Familia

Existen diferentes medios para conocer sobre sexualidad, que es tratada y aprendida en diferentes etapas de la vida; es así que podemos decir que generalmente el primer relacionamiento de los seres humanos es con la familia, misma que es encargada de producir y reproducir prácticas culturales, normas sociales y, a su vez, prácticas sociales. Según López & Galarreta (2016) explican que “las actitudes hacia el sexo están influidas por la calidad de información recibida en esta materia; del mismo modo, por las actitudes de otras personas importantes como sus padres”.

La información desde una perspectiva familiar es crucial la misma al ser el primer contacto con la sociedad carga de roles de valores que son claramente segmentados en el caso de hombre o mujer, al ser la sexualidad un tema tan cohibido y con una intrínseca carga moral puede ser claramente reprimido y evadido.

Al abordar este tema con los hombres entrevistados de la generación Baby boomer los mismos realizan afirmaciones como “no tuve nada de educación sexual” (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

De igual manera el momento de hablar de sexualidad dentro del círculo familiar se determina como un misterio, limitando la experiencia de la sexualidad a un ámbito único dentro de un compromiso emocional, con un fin matrimonial. En esta generación se destaca el rasgo de la virginidad no únicamente como una característica exclusiva de lo femenino, sino que se presenta también como rasgo de “valor” masculino. Es así como en el caso de un entrevistado que afirma que el único comentario acerca de sexualidad era: “nuestra primera relación tiene que ser con la pareja, es decir con nuestra esposa” (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre del 2022).

Si avanzamos generacionalmente, a los hombres Millennials se les continúan suprimiendo el tema de la sexualidad en el círculo familiar; así, uno de los entrevistados mismo que tiene

una preferencia bisexual, destaca:

"Bueno. En mi caso, un tema familiar, mi familia es católica, son conservadores o tradicionales. Son de Cuenca. Entonces mi padre es homofóbico este tipo de temas no puedo conversar con mi familia nada más con mi hermana que poco me entiende. En cambio, con mis amigos ya es diferente, porque ellos son como yo y varias de ellos viven lo mismo que yo con padres homofóbicos con una familia muy conservadora que tiene que ser, eh, mujer-hombre-hijo, no hay más. Así lo dice la religión, como yo soy agnóstico. Y pues estoy alejado de mi familia por este tema" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022).

El papel de la religión resalta como principal justificación tanto para censurar la sexualidad como para rechazar y condenar la homosexualidad o todo aquello fuera de la heteronormatividad; en este punto los discursos ideológicos judeo cristianos se han vuelto poco representativos para personas de diferentes diversidades sexuales, lo que ha llevado a conflictos familiares por el rechazo a la orientación sexual alejada de la heterosexualidad.

El círculo familiar en la generación Millennial de hombres perpetúa la sexualidad como un tabú, regida bajo normas sociales tradicionales-conservadores con gran carga de influencia ideológica; esto ha llevado a un nivel de desinformación mismo que ha teniendo impacto en la vivencia:

"La misma religión, afecta. No sé, es como mis papás nunca fueron muy abiertos en el campo. Entonces eso generó obviamente un montón de dudas y un montón de situaciones en las que yo mismo tuve que desenvolverme, buscar la manera" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

Si damos un salto a la generación más joven la Generación Z, en hombres existe un avance bastante significativo, puesto que el tema de la sexualidad se evidencia en este punto como un tema a tratar:

"Más es que nada se llevaba de manera muy delicada. Mis papás son de pocas palabras mi mamá es acholada digamos en sentido, son muy reservados, no porque no quieran, porque cuando se ponen a hablar, si se van de largo, pero son muy ahuevados de cierta forma. Pero de ahí si me decían, más que nada, que disfrute mi sexualidad, que me cuide de enfermedades, de embarazos y esas cosas" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

"Mi pa alguna vez me habló que tengo que usar condón" (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022). Si bien se limita el tema de la sexualidad, podemos destacar que la familia únicamente transmite temas acerca de cuidado; desde la perspectiva masculina en ningún momento se trató el tema de la abstinencia como un elemento dentro de su sexualidad.

Evidentemente la socialización de la sexualidad dentro de círculos familiares a través de las generaciones en los hombres ha tenido cambios, así se destaca que en la generación Baby boomer se aborda el tema desde la censura, ligada a vínculos emocionales. Por su parte en la generación Millenial resalta círculos familiares con una fuerte sanción a diversidades sexuales, mismas que no tenían información por parte de su círculo familiar. Finalmente, la generación Z tiene una orientación dirigida hacia el placer, anticoncepción y enfermedades de transmisión sexual.

En el caso de mujeres de la generación Baby boomer al igual que la generación de hombres se puede observar que existe una rígida censura al momento de transmitir el tema de la sexualidad; una de las entrevistadas asegura que el único comentario que pudo considerar como educación sexual fue: "no vayas a salir con domingo siete" (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022), haciendo alusión a un embarazo.

Y del mismo modo avanzando con la siguiente generación Millennial se puede ver en el caso de una de las entrevistadas de 26 años quién destaca que su educación sexual recibida por su padre fue bajo la premisa "no estarás abriendo las piernas" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

En este aspecto se puede ver claramente una socialización de la sexualidad en las dos generaciones que se orienta a una sanción a la experimentación sexual; estos comentarios tienen gran carga de perpetuación de dinámicas de poder, de un relacionamiento directo de sexo – reproducción de construcciones de género con relación a la sexualidad femenina.

Se expresa de manera intrínseca la obligatoriedad del cuerpo de la mujer a mantenerlo en la intimidad restringiendo su expresión, la orientación de la respuesta de la entrevistada refleja una dinámica de sexualidad femenina sumisa y dócil.

Sin embargo, en la generación Millenial en el caso de las mujeres también encontramos una entrevistada de 26 años que, a diferencia de las anteriores entrevistadas ella afirma que:

"Creo que fue un tema bastante amplio desde que yo era niña a diferencia de otros niños, yo conocía órganos masculinos, femeninos sin necesidad de cualquier otra situación. Fue un tema bastante abierto desde mi niñez hasta mi adolescencia. Que me ha permitido tener algunas líneas claras del manejo de lo mismo" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

Si bien a pesar de tratar los temas de manera bastante específica, principalmente lo referente a aspectos anatómicos biológicos, también, se evidencia una reorientación femenina a la reproducción de la norma social de la abstinencia, también, destaca que dentro su círculo familiar si bien, aparece el tema de la sexualidad se refiere más a temas de anticoncepción. También cabe recalcar que dentro de esta generación resaltan dos posturas una con un

enfoque despectivo limitado y censurado como el caso de la primera entrevistada y el otro enfoque desde un punto instructivo en ámbitos de anticoncepción, pero, al igual que las generaciones pasadas también se ve directamente vinculada la sexualidad femenina con la reproducción:

"Sí, justamente cuando más o menos tenía la edad de unos 12 años, yo encontré un preservativo en el automóvil de mi papá, entonces, este mismo me supo manifestar cómo era el uso de él ya desde la praxis más allá, porque en mi casa siempre se había hablado de métodos anticonceptivos, pero sobre todo de la abstinencia hasta una edad medianamente razonable para evitar todo lo que tiene que ver, sobre todo con embarazo adolescente" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

Continuando con la generación Z en mujeres se puede observar un constante relacionamiento que se tiene en la socialización de la familia con respecto a la sexualidad y la religión, cabe destacar que la entrevistada tiene una orientación sexual homosexual (lesbiana), en este sentido su acercamiento familiar a la sexualidad se traduce en un: "simplemente satanizaban el sexo" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022).

Al tener esta asociación con la religión se destaca de manera evidente la negativización y la omisión con respecto al tema, en este caso claramente alejada de la heteronorma del binarismo de lo que supone la sexualidad.

En este mismo sentido, destaca la parte de cuidado, sin embargo, de la misma manera reproduciendo la norma de la abstinencia, es así que la entrevistada relata:

"Normal, o sea un día mi mami, nos sentamos en la mesa y bueno me habló acerca de los métodos de cuidado y de eso de las enfermedades. Me dijo que todavía soy muy pequeña para tener relaciones sexuales, cuando tenía dieciséis años" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022).

Dentro de las generaciones de hombres y mujeres ha habido una fuerte influencia de la estructura ideológica en este caso de corte cristiano, es así que la sexualidad a través de las generaciones ha pasado de ser un tema completamente censurado a reproducir diversos discursos. En este aspecto, se destaca similitudes dentro de la generación Baby boomer ya que estos se fundamentan en alusiones de virginidad este como un símbolo de "valor" femenino y masculino.

Sin embargo, la manera de tratar el tema dentro de hombres (Baby boomers) está más asociada a la justificación de la sexualidad cuyo fin sea el matrimonial, mientras que las mujeres de esta generación tienen una fuerte carga de sanción moral con respecto a pensar en la sexualidad.

Tal cual se trató en el marco teórico-conceptual es importante destacar aquí que la creación

de la identidad sexual femenina históricamente ha estado influenciada por estructuras ideológicas que dentro de los testimonios se evidencia claramente, mismas que se han encargado de implantar valores heteronormados.

La socialización desde el círculo familiar es determinante en la creación de valores con relación a la sexualidad de hombres y mujeres, éstas, transmiten expectativas de género que pueden reproducir modelos conservadores; sin embargo, a medida que avanzan las generaciones ha habido un mayor trato respecto al tema, aunque a pesar de los avances se siguen percibiendo como bastante limitado.

Se puede comprobar como la sexualidad es abarcadora de una extensa diversidad de factores que engloba aspectos biológicos, emocionales, psicológicos, culturales, sociales que interactúan entre sí; a pesar de esto los avances en la socialización de la sexualidad femenina es bastante limitada pues en la generación Z sigue existiendo una disputa por la implantación de valores conservadores.

Así podemos decir que a diferencia de las mujeres; los hombres han logrado un acercamiento desde el círculo familiar al tema de la sexualidad; se ha pasado de una completa desinformación y censura a tener un espacio socializado tratado desde un ámbito meramente de cuidado anticonceptivo masculino, mientras que las mujeres han tenido un acercamiento poco informativo, represivo que ha evidenciado que la transmisión de la información se centra principalmente sobre anticoncepción y sobre todo difundiendo normas sobre la abstinencia.

8.1.2 Círculo social/Amigos

Otro sector importante encargado de procesos de socialización de la sexualidad es con el círculo social que generalmente son personas que comparten el aprendizaje desde un contexto cercano. Al estar inmersos en un ambiente común se comprueba que también comparten ciertas normas valores y creencias; es así que en este sector se tiene más predisposición a dejar de lado cualquier sanción moral.

En los hombres de la generación Baby boomer, la generación más antigua asegura que las conversaciones con sus amigos eran orientadas hacia:

"Como más o menos debería de ser una vagina o cómo debería de ser tener sexo o simplemente inventarse que alguien ya tuvo relaciones con alguien, pero de ahí a la realidad, no creo que ninguno de nosotros llegaba a ningún sentido" (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

"Entre nosotros como amigos, o sea, lo único que hacíamos era compartirnos tal vez a lo mejor una que otra revista que asomaba por ahí" (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022).

Podemos ver que en el caso de los hombres sobresale una construcción social de una

masculinidad hegemónica; en donde se resalta la virilidad, misma que se caracteriza por factores del varón como conquistador en una constante competencia sexual por estar con diferentes parejas con la expectativa de encajar dentro de su círculo social. Es así que se puede llegar a inventar experiencias, mismas que están apegadas a la construcción de una masculinidad basada en el deseo, la posesión y autonomía de sí mismo.

En el caso de la generación Millennials se destaca temas tratados como:

"Temas muy llegados al placer sobre todo lo que tiene que ver con la masturbación o la primera vez que alguien vio porno cómo fue que alguien se dio cuenta que era o bisexual o gay entonces, este tipo de conversaciones que no surgen no más con cualquier persona, sino con amigos o con personas que te puedan entender y donde puedas expresarte libremente sin que te estén juzgando" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022).

En este caso también está de acuerdo con el elemento de un manejo de información con el tiempo ha generado una evolución:

"Digamos que la manera de tratar este tema es muy abierta hoy en día y muy fluida también es un tema de conversa que antes pudo haber generado cierta incomodidad o tabú lo que sea hoy en día es como un tema de conversa común" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

Claramente existe una transición al momento de tratar el tema de la sexualidad, hay que tomar en cuenta que esta generación ha tenido un progresivo mayor acceso a la información "provocando la intercomunicación de las personas y un nuevo modelo de relaciones sociales" (Agustina, 2010; Ryan, 2010; Tello, 2018) por lo que ha empezado a conocer diferentes perspectivas y discursos. Al tener una diversidad de puntos de vista se tiene más aceptación por temas como diversidades sexuales.

Se resalta que existe una mayor comprensión y expresión de experiencias sexuales como un tema normalizado. En este aspecto, dentro del círculo social, se ha dejado de lado expectativas exclusivamente heteronormadas de relaciones sexuales. Un punto importante a mencionar con respecto a la sexualidad es la influencia de la pornografía dentro de la educación sexual, que puede llegar a ser una herramienta de aprendizaje o de perpetuación de estereotipos de género, de objetivación de personas, de cómo se percibe el placer, el consentimiento y las relaciones, esto se tratará de forma específica más adelante.

En esta generación también se puede apreciar una disposición más abierta con respecto a la generación anterior al hablar de masturbación, lo que puede significar un mayor acceso a información sobre educación sexual, orientada a prácticas sexuales saludables, que resulta positiva en relación con su cuerpo.

Aquí se destaca una desestigmatización de la masturbación como una experiencia

socialmente condenada, como una práctica orientada al mero placer, lejos de la funcionalidad reproductiva, ya que esta puede ser vista como un signo de empoderamiento individual de la sexualidad individual y el cuerpo. En la generación Z se destaca la apertura del tratamiento de la sexualidad a partir de las experiencias:

"Bueno, digamos, tengo un círculo social de confianza desde que tenía ya mis 15 años, digamos que se trata de manera fresh, porque cosas que no hablas con tus papás, podías aprender y escuchar. De experiencias y de tus otros amigos, así y de que, a lo mejor ahísí, los papás les dijeron ciertas cosas. Entonces qué harías vos con ese conocimiento también" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre 2022).

Hay un intercambio de conocimiento destacado por varios medios tal cual se especifica a continuación: "normal como siempre, con todos los amigos que te cuentan las cosas nuevas que experimentaron por ver videos por leer cosas y algunos que vivieron cosas y así" (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022).

En la última generación de hombres se nota que existe más apertura a tratar el tema de la sexualidad, aún más el tema de placer, que no necesariamente se trata de forma directa; sin embargo, se cuenta en el camino. En generaciones más antiguas había renuencia y contención al momento de compartir experiencias, pues estas se consideraban personales mientras que en las dos últimas generaciones se habla a partir de la experiencia de los integrantes o, a su vez, de otros.

Esta forma de educación sexual basada en experiencias puede ser una forma de proporcionar información más realista, sin embargo, la misma también puede tener altas cargas de representaciones de género estereotipadas y heteronormadas (especialmente desde los medios de comunicación tal cual se aborda en este estudio) perpetuando normas sociales, pero al mismo tiempo estas pueden incluir diversidades de experiencias.

Sin embargo, por parte de las mujeres de la generación Baby boomer no existe comunicación respecto al tema de la sexualidad en círculo social cercano en la etapa de la adolescencia; sin embargo existe un contacto de una de las entrevistadas: "mmm, ya casi como para la Universidad, para dar talleres, sólo desde el ámbito académico" (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022).

Avanzando un poco en el tiempo, en las mujeres de la generación Millennial se puede observar un cambio al tratar temas de sexualidad, dentro de círculos sociales cercanos; a pesar de esto, también podemos resaltar la necesidad de ocultar la vivencia de la sexualidad, misma, que está lejos de la moralidad sexual femenina con el lado familiar más apegado a valores y normas sociales tradicionales con grandes cargas religiosas, también podemos evidenciar que el tema del placer aparece como parte de un tema de la vivencia de la

sexualidad.

"Yo creo que es un poco más abierto y depende de también las amistades, pero dentro del círculo de amigos o de amigas más cercanas; sí se trata de una manera abierta, como que conversamos con que personas hemos estado cómo nos sentimos con esa persona, obviamente también... o sea, si se habla mucho de placer y también en sentido de broma no hay tampoco tanto recelo, porque si son personas que también te están compartiendo de una manera directa las experiencias que han tenido, entonces no, no necesariamente se tiene que tener un recelo con esas personas" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

"Es un poco menos juzgado, o sea menos como mujer, al menos yo pienso que te sientes menos culpable" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

"En el círculo social con los amigos, creo que es mucho más fácil el tema de poder conversar con ellos porque no hay ese tapujo de ser juzgado o de ser determinado de una u otra forma pues creo que eso hasta cierto punto, conllevan la relación directa que en el círculo social siempre va a haber una relación directa más que en el círculo familiar, porque el círculo familiar siempre tiende a decir que se puede y que no se puede hacer. Y más ahí, el círculo social es la mera apreciación entre un grupo de amigos o de conocidos" (Mujer 26 años entrevista, 8 de octubre de 2022).

En esta situación se observa que el aprendizaje de la sexualidad femenina por medio de experiencias abarca temas como el trato de emociones, mismo que desde el punto de vista masculino se ve visibilizado. Cabe destacar que hablar abiertamente de emociones y experiencias sexuales desafían la narrativa de la satisfacción masculina, ya que estas son una forma de reafirmación de placer femenino dentro de círculos femeninos.

La validación de las emociones es un mecanismo en donde se pueden expresar límites y deseos, que al ser compartida proporciona una valiosa información sobre diversidades de formas de experimentar placer.

La sexualidad femenina está en una constante lucha contra la vergüenza ya que al no cumplir con las normas de pureza y de la asociación del cuerpo femenino al espacio privado, relacionándolo con lo "recatado" se condena moralmente como una persona con "menos valor". A pesar de esto se puede considerar que el hablar de experiencias y emociones es un medio para afirmar su derecho a una sexualidad libre de juicio y estereotipos.

El poner el tema del placer a discusión de forma abierta dentro de círculos sociales hace que se refuerce la idea de que las mujeres tengan derecho al placer, desafiando la idea de que éste, debe estar subordinado a lo masculino. Al tratar diversas percepciones y vivencias de placer sexual desafía la idea de la "forma correcta de placer".

Por último, la generación Z destaca con más apertura temas de sexualidad como un tema

normal dentro de un círculo social de amigos en este punto se recalca la aparición y el conocimiento de corrientes feministas.

"Estudiaba en un colegio solo de mujeres. Entonces mis amigas tenían como que full acceso a información y al feminismo ya estaba en su auge, en su bomba. Entonces, todas teníamos este acceso a las relaciones, que se debe hacer, que no. Estábamos bañadas de información, sobre todo con mi grupo más cercano. Entonces era fresco, sabía cómo manejarlo también se hablaba sobre placer femenino, sobre cuidado, sobre poner los límites. El saber que tú no es válido, de decir no es no. Y esas cosas, así como qué más general" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022).

Así mismo por su parte también se puede decir que se tuvo apoyo de medios tecnológicos comunicacionales para un acercamiento al respecto, mismos que también concebían una serie de imágenes que proyectaban un idealismo del cuerpo masculino "bueno, como mi círculo de amigos éramos más mujeres. Entonces hablábamos así del tamaño de los penes, sabes, a veces veíamos porno veíamos así, pensamos que sí, eran los hombres reales, pero no, era ficción" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022).

En este punto, la generación Z llega a resaltar la aparición de nuevos temas, que con anterioridad eran omitidos, el tratar de manera explícita temas referentes al placer consentimiento cuidados y límites es un desafío a las normas tradicionales de género, mismas que como se pudo evidenciar tienen altas cargas morales sancionadoras.

El sistema patriarcal a través de generaciones ha reducido la sexualidad femenina al servicio del placer masculino, sin embargo, en las generaciones más jóvenes se ven influenciadas por el acceso a la comunicación y la apertura de diversas perspectivas que con cada generación son tratadas de manera más abierta en círculos femeninos.

Al tener esta diversidad de perspectivas se destaca un mejor empoderamiento del cuerpo, se alejan cada vez más de la culpa y vergüenza instaurada en el cuerpo femenino, misma que también ha aportado en el consentimiento y la validación de las emociones, lejos de poner los intereses de la masculinidad como prioridad. Para la generación Z se destaca como elemento importante para este proceso de empoderamiento el conocimiento de diversas corrientes feministas, especialmente de la tercera ola que buscan desafiar y redefinir nociones tradicionales de género, identidad y sexualidad,

Más allá de su diversidad interna, todos ellos por lo general promueven la autonomía sexual y el derecho de tomar decisiones informadas y consentidas sobre su sexualidad y su cuerpo, incluyendo el derecho al placer y el deseo. En este mismo sentido, se llegan especificar temas tratados desde la pornografía, que se orienta en la creación de sujeto de deseo, es decir el cómo se debería ver el cuerpo de un hombre ideal, percibiendo que el mismo debería

tener el pene grande; la objetivación masculina refuerza la idea de que los hombres deben tener ciertas características físicas para entrar en lo deseable.

En resumen, podemos mencionar que evidentemente a través de las generaciones ha habido una innegable diferencia del trato de la sexualidad dentro del círculo social, que contrario al círculo familiar se ha tratado estos temas sin el miedo y vergüenza de ser condenados, sin embargo no en todas las generaciones; ya que si bien en la generación Baby boomer de hombres se trataron estos temas desde aspectos como la pornografía, alardeos de virilidad y suposiciones del cuerpo femenino en el caso de las mujeres de esta generación no se llegaron a tratar de ninguna manera, si no has la adultez desde una orientación meramente académica.

En el caso de la generación Millenial los hombres trataban temas de placer, masturbación, orientaciones sexuales, experiencias en común y pornografía, las mujeres por su parte trataban temas relacionados a las emociones experiencias y placer, sin embargo, en estas pesaba una constante culpa por la vivencia y experimentación de su sexualidad.

En la generación Z hombres tanto mujeres tratan temas de placer, pornografía y el hecho de compartir experiencias, sin embargo, desde lo femenino resaltan aspectos importantes omitidos en generaciones anteriores como la influencia de feminismo, el consentimiento y los límites.

8.1.3 Educación formal

Los testimonios muestran como la sexualidad viene cargada de una serie de factores involucrados empezando por temas de anticoncepción, embarazo, embarazo adolescente, el valor del cuerpo, enfermedades de transmisión sexual (ETS), aborto, relaciones sexuales sin protección, virginidad, todos estos temas comúnmente tratados desde un aspecto meramente funcional y biológico desde el sistema educativo formal.

"La cuestión de una orientación educacional más allá de hablarte de la parte social emocional se hablaba de ya como ciencias naturales y biología, más que nada" (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022).

"No, al menos por parte de mi familia, no en parte ya de como digo, educación como tal en la escuela en el colegio" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

"La sexualidad era más bien los cambios físicos de la persona, las partes esas cuestiones" (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022).

"Educación sexual informativa fue en el colegio con charlas de sexualidad de cómo cuidarse de métodos preventivos de las enfermedades de transmisión sexual. Y ya, es más que nada" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

En este sentido es pertinente mencionar el sistema educativo como una institución social

encargada también de “producir y reproducir determinados sistemas de valores que reflejan ciertas definiciones de realidad; por esto son actividades discursivas que contribuyen a sedimentar/objetivar/institucionalizar algunas expresiones como lo correcto, lo obvio, lo normal” (Mardones Leiva et al., 2020). Es así que se puede destacar que en el sistema educativo “existen indicios de una moral sexual vinculada al catolicismo que se aleja de la ética secular del programa de estudios” (Rangel Bernal, 2019).

Esta constante reproducción de carga moral hace la educación sexual sea ineficiente e insuficiente, lo que puede provocar una estigmatización de la sexualidad, resaltando comportamientos “correctos” y avergonzando todo aquello que se salga de la heronorma, sin considerar las diversidades. Esto lejos de provocar ambientes de confianza, profesa espacios limitados de expresión de hombres y mujeres dentro de la niñez y adolescencias especialmente.

Es así que, el sistema educativo formal a dejado de ser la fuente principal de información con respecto al tema de la sexualidad como se evidencia en el testimonio de la generación Baby boomer de hombres. A través del tiempo los medios de comunicación ya sean desde los más tradicionales como las revistas, televisión hasta el internet han destacado dentro de los diferentes agentes de socialización.

Desde la percepción de las personas estos medios han sido fuente de una serie de representaciones asumidas como instructivas, así como entretenidas. El constante contacto con medios ha incido en la percepción y vivencia personal dentro de las diferentes generaciones y diferente para hombres y mujeres.

8.2 Percepción y Vivencia de la virginidad

Como se especificó en la literatura la virginidad como tal es un tema cargado de feminidad, cargado de un valor moral, exigido e internalizado para las mujeres; por otra parte, el tema de la virilidad se ha vuelto una competencia constante para lo masculino, mismo que tiene como objetivo enaltecer el poder de la masculinidad sobre la feminidad, esta constante competencia se mantiene activa dentro de la sociedad.

A pesar de que la virginidad puede ser referido tanto para hombres y mujeres suele tener orientaciones diferentes. En la masculinidad existe una presión para que se tenga una pronta iniciación de su vida sexual, mientras que a las mujeres se las ha condenado si iniciasen su vida sexual antes del matrimonio de tal manera que Colombo (2020) destaca que se trata de uno de “los campos temáticos centrales bajo el cual se desarrolla la elaboración de la moral sexual cristiana– si no el matrimonio”.

Es así que para tener un mejor contraste de las diferentes percepciones y vivencias personales de los entrevistados/as a través de las generaciones en primera instancia se

presenta una tabla a manera de síntesis, misma que resalta la diferenciación de percepciones en las vivencias, así como el contraste de la edad en la iniciación de la vida sexual personal de cada uno, tomando en cuenta la vivencia de placer dentro de ésta, resaltan el vínculo en el que se han dado.

Tabla 1 Percepción y Vivencia de la virginidad

Género	Edad actual	Generación	Orientación	Edad de la primera relación Sexual	Vínculo	Placer	Autopercepción
Masculino	58	BABY BOOMER	Heterosexual	22	Matrimonial	No	"Los dos éramos personas inexpertas y pienso que no nos compaginamos nunca. Y ese fue, por ejemplo, yo soy divorciado".
Masculino	59	BABY BOOMER	Heterosexual	25	Sexual	No	"Me sentí mal conmigo porque no era lo que pensé".
Femenino	58	BABY BOOMER	Heterosexual	16	Sexo-afectiva	No	"Me sentí un poco ser utilizada".
Femenino	59	BABY BOOMER	Heterosexual	18	Sexo-afectiva	No	"Me sentía con miedo porque antes teníamos mucho miedo a nuestros padres que van a decir, tenía miedo a un embarazo".
Masculino	26	MILLENNIAL	Bisexual	18		Sí	Tuve mi primera experiencia sexual por así decirlo, con una chica menor a mí, que obviamente sabía más que yo del tema y ella fue la que me decía qué hacer porque yo no tenía idea, lo que hacía me encantó y me gustó".
Masculino	30	MILLENNIAL	Heterosexual	14	Sexo-afectiva	No	Pasé como estresado preocupado por eso. No sé si podría describirlo como placentero".
Femenino	26	MILLENNIAL	Bisexual	15	Sexo-afectiva	Si	"Mi primera vez fue placentera. Porque como yo ya había recibido educación sexual. Y segundo, fue con una persona que sabía que yo no lo había hecho".
Femenino	26	MILLENNIAL	Bisexual	13	Sexo-afectiva	No	"Creo que me sentí muy culpable después de eso".
Masculino	22	GENERACIÓN Z	Heterosexual	15-16	Sexo-afectiva	No	"Ósea yo creo que fue más por presión social porque la mayoría de mis panas ya habían tenido

							relaciones sexuales, entonces era como que yo también quería".
Masculino	25	GENERACIÓN Z	Heterosexual	15	Sexo-afectiva	No	"Odio, porque no sé, me sentí mal. Me dio, me dio asco y me quería ir".
Femenino	20	GENERACIÓN Z	Lesbiana	19	Sexo-afectiva	Sí	"Todavía yo me sentí bien, pero como que uno después de tener le da ganas de este afecto así de que te queden abrazando dando alguna vaina así. Pero yo ya no tuve eso".
Femenino	25	GENERACIÓN Z	Heterosexual	15	Sexo-afectiva	No	"No me gustó, fue horrible, porque me dolió, era una persona que no valía la pena que digamos, o sea, me utilizó, fue doloroso".

Fuente: Entrevistas a hombres y mujeres en la ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

Desde la percepción y vivencia de los hombres de la generación Baby boomer la virginidad les resulta:

"Pienso que, en mi experiencia personal, no es algo tan bueno. Porque tú no llegas a conocer a tu pareja en ese sentido. Puede que compaginen, puede que no y eso va a repercutir en el matrimonio. No pienso que sería ideal. Es preferible que la persona se conozca sexualmente ella, para que pueda inclusive guiarte o por lo menos los dos, tener una noción de lo que van a hacer "(Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

En este marco el entrevistado no considera como algo importante o algo bueno el tema de virginidad hasta el matrimonio, puesto que también dice que su primera relación sexual fue: "A los 22 años cuando me casé y bueno ósea, no fue, no fue algo satisfactorio, literalmente cuando ya nos casamos después de la fiesta y todo quisimos hacerlo, pero no, no se pudo hacer. Los dos éramos personas inexpertas y pienso que no nos compaginamos nunca. Y ese fue, por ejemplo, yo soy divorciado" (Hombre 58 años, entrevista 23 de noviembre de 2022).

Así mismo dentro de la generación Baby boomer de hombres se destaca que dentro del círculo social también existía un interés por conservar su virginidad:

"Pero al menos coincidimos sobre todo con un amigo en que nosotros teníamos que llegar al matrimonio castos porque sería una experiencia genial que yo esté únicamente con la persona que supuestamente iba a ser mi compañera de toda la vida" (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022).

Sin embargo, podemos observar que si bien desde el discurso se tiene presente el tema de

la virginidad como valioso el mismo cuenta que la edad de su primera relación sexual; “creo que fue a los 25” (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022) fuera de vínculos sentimentales.

“Me sentí mal conmigo porque no era lo que pensé. Cuando nosotros nos ponemos algo. Voy a respetarla a una mujer, voy a, voy a llegar al matrimonio. Resulta que una pareja que bueno, estuve con ella, nada más de noviazgo, así como quien dice todo tranquilo. ¿Qué pasó? Me cuernió, entonces de ahí no le di la importancia que era parte de mi vida. Sí, en parte era un objetivo, pero ya dejó de serlo. Y más bien, cambié. Y creo que la primera pareja, no recuerdo ni el nombre, o sea, yo tenía, como cualquier joven fiestas lo que sea, teníamos acceso. Y a veces lo malo cuando uno es joven a veces se topa con gente uno se pega los traguitos y se da” (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022).

Dentro de la generación Baby boomer de hombres hay que tener en cuenta los antecedentes de los agentes de socialización, mismos que se han enfocado principalmente en la vinculación con de la sexualidad con el matrimonio, la pornografía, y la construcción de la masculinidad con una máscara de virilidad, discursos transmitidos por la familia, y círculo social.

Tomando esto en consideración, las normas de género limitadoras y restrictivas implantadas dentro de esta generación ha tenido gran influencia dentro de la vivencia de los entrevistados. Uno de los principales discursos es la vinculación directa de sexualidad-matrimonio, misma que llega ser un símbolo de honor dentro de la masculinidad dentro de un contexto conservador.

En este aspecto la virginidad de la pareja sexual se ha percibida como negativas e innecesarias, se resalta la importancia del conocimiento del cuerpo ya que este desconocimiento llega a ser limitante al momento de experimentar o comprender sus deseos, afectando la intimidad y al mismo tiempo, este desacuerdo puede ser razón de rupturas matrimoniales.

Si bien, la virginidad masculina dentro de la generación se destaca como importante no se destaca como obligatoria, ya que ésta a pesar de tener el peso de los discursos atrás es claramente experimentada fuera de vínculos matrimoniales, sin embargo, sí destaca una carga moral por romper esta norma de la exclusividad de la sexualidad al matrimonio.

La falta de información que destacada dentro de esta generación es la principal causa que en la primera relación sexual de los entrevistados no se percibido experiencias placenteras. La influencia de la pornografía también ha influido a crear expectativas irrealistas, que llegan a provocar confusión en las relaciones sexuales resultando en insatisfacción.

Avanzando un poco más en el tiempo encontramos la generación Millennial misma en la que se puede ver un cambio de percepción al respecto:

"La virginidad llega a ser un punto en el que se rompen bastantes esquemas, porque ¿quién es virgen? Porque muchos dicen: no, al momento que ya te masturbas, dejaste de ser virgen. Incluso la virginidad sólo existe para las mujeres. Los hombres son castos. Entonces, por ahí digo que nada más puedes ser virgen hasta que te dé la gana de serlo. No te lo dice tu cuerpo. Tú mismo, tú decides. Sigo siendo virgen. Y quiénte cree" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022).

"La virginidad, para mí, es algo que hay que cuidar, no por lo que nos plantaron en la cabeza desde niños de tanto por la religión y el templo y bla bla bla sino más por el hecho de que la virginidad, digamos uno, yo creo mucho en el tema afección amorosa sería entonces yo creo que sí, es como algo lindo encontrarte con la persona que se espera hasta este momento, pero no el tema del matrimonio. Me explico, sea como esperar el momento correcto, tal vez no solo hacerlo por hacerlo, así es como quitarle mucha importancia a la primera vez. Más como vínculo, afectivo" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

La generación Millennials evidencia una ruptura con los valores tradicionales apegados a normas de género conservadoras que como vimos en la generación anterior eran bastante significativos en la construcción de su imaginario sexual en donde limitan su vivencia dentro de la sexualidad. La virginidad como tal pierde obligatoriedad para los hombres.

Es así que destaca que el primer entrevistado hombre con orientación sexual bisexual, relata que su primera relación sexual fue "18 años" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022) mismo que tuvo acercamiento a una experiencia placentera:

"Sí, tenía mucha curiosidad, porque yo estaba en el colegio y mis amigos ya hablaban de con cuántas mujeres han estado, cómo era su primera vez y yo no tenía ni idea. Ósea que cumplí 18 ahí tuve mi primera experiencia sexual por así decirlo, con una chica menor a mí, que obviamente sabía más que yo del tema y ella fue la que me decía qué hacer porque yo no tenía idea, lo que hacía me encantó y me gustó" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022).

El segundo acercamiento que resalta el entrevistado como importante fue a los "19 años" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022) mismo que destaca fue una relación homosexual "sí fue placentero, no fue igual que como una mujer. Sí, me gustó, pero lo he vuelto a repetir unas dos veces. Yo digo, soy bisexual. Claro. Tengo más preferencia a las mujeres" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022).

El segundo entrevistado de la generación Millennial, destaca su primer acercamiento sexual a los "14 años" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022) asegura que uno de los factores que impidió su acercamiento al placer fue el miedo el mismo relata:

"Fue menos placentero que placentero. Porque a mí cabeza me venían montones de ideas,

montones de preguntas, montones de cosas que desconocía. Y no es como que disfrute tal no más. Pasé como estresado preocupado por eso. No sé si podría describirlo como placentero" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

Para la generación Millenial de hombres destaca principalmente una lucha en contra de los valores tradicionales apegados al contexto religioso cristiano en los que se ven inmersos, mismos que desde la generación anterior destaca altas cargas de morales sexuales conservadoras, sin embargo, al sentirse poco representados existe cada vez más distancia de éstos.

Esta generación se caracteriza especialmente por pasar y vivir los diversos cambios tecnológicos, de pasar de medios de comunicación más tradicionales a medios tecnológicos con mayor acceso de información sobre sexualidad. En este sentido al hablar de sexualidad y de virginidad específicamente se evidencia un desinterés por catalogar la virginidad como algo de "valor" o de "honor".

Por el contrario, se percibe como un discurso del cual se tiene alta carga para la feminidad y ningún valor para la masculinidad. Por otro lado, se destaca una ruptura de la obligatoriedad del vínculo matrimonial con la sexualidad, al mismo tiempo se percibe como idealizado el vínculo de la virginidad con el amor, si bien este no se percibe como obligatorio, sí se le da una carga de "valor" a la sentimentalidad.

Se destaca que la desinformación acerca de temas de sexualidad son un factor elemental para que las primeras experiencias sexuales hayan sido poco placenteras y con altas cargas de miedo. Las altas cargas de normas de género tradicionales en la generación anterior han llegado a tener un impacto bastante restrictivo en la vivencia de su sexualidad, teniendo en cuenta que las normas de género son constructos sociales aprendidos y reproducidos, se presentan elementos comunes producto de interacciones y comunicaciones de agentes de socialización que reproducen modelos de virilidad y masculinidad. Estos mismos modelos han ejercido persuasión en la iniciación de la vida sexual masculina.

Estas construcciones sociales también se han transformado con respecto a la generación anterior ya que existen bastantes confortamientos relacionados con moral sexual tradicional implantada que refleja obligatoriedad de heterosexualidad y matrimonio como la forma adecuada de vivir la sexualidad y la virginidad como símbolo de honor. La información del entorno obtenida que ha sido más abierta y con el tiempo más accesible.

La generación Z presenta bastante rígido ya que se opone a vivir su sexualidad bajo una moral tradicional judeo cristiana de manera rotunda, esto gracias a la alta carga conservadora dentro de su contexto, se relaciona directamente con la experimentación sin necesidad ni siquiera de tener vínculos sentimentales de por medio. Así mismo, se tiene presente como

algo implantado por las estructuras sociales "pienso que es algo que la sociedad nos puso. Siempre puede haber una primera vez para todos. Siempre puede haber una primera vez para amar, para tener algo casual para cosas así" (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022).

"Para mí la virginidad es insignificante solo el término virginidad, virgen religiosidades, pero para mí es insignificante porque por qué no significa nada. Más bien, es explorar tu sexualidad. Tu primera vez, digamos así de cierta forma, pero no significa nada. No es que cambies tu personalidad o entres en una metamorfosis, digamos por haber perdido tu virginidad, no" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

También, se puede observar que para los hombres de la generación Z se hace más evidente la presión por obligatoriedad de la iniciación de la vida sexual masculina por una creciente necesidad de ostentar la virilidad entre ellos. Así el primer entrevistado de la Generación Z cuenta que su primer acercamiento hacia la vida sexual fue "cerca de cumplir 16" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022). Así mismo especifica que:

"Yo creo que fue más por presión social porque la mayoría de mis panas ya habían tenido relaciones sexuales, entonces era como que yo también quería, pero no estaba listo. No tenía idea de que era nada entonces me voy más que nada al punto de que, mal, no me sentí; pero fue como que, ah, así ha sido. Pero tampoco fue como que algo extraordinario, digamos como que descubrí algo nuevo. Más bien ya después cuando porque la primera vez no fue algo chévere. O sea, fue normal, digamos, pero no fue placentero, entonces ya después cuando ya obtienes experiencia, ya estás con más personas o así sea la misma persona, pero ya vas como que ...hay comunicación y todo entonces es diferente. La primera fue como si nada digamos" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

Así también fue el caso del segundo entrevistado de la generación Z mismo que tuvo su primer acercamiento a la vida sexual a los "15 años" (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022), mismo que por el contrario en vez de tener algún acercamiento al placer asegura haber sentido "odio, porque no sé, me sentí mal. Me dio, me dio asco y me quería ir" (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022).

En este aspecto, se ha tenido una evolución desde la vivencia y perspectiva de las diferentes generaciones de hombres en la vinculación de la idea de la virginidad con diferentes aspectos de la vida en la generación Baby boomer de hombres al estar asociada a un ámbito un poco más apegado a valores tradicionales la virginidad era un símbolo de "honor", esto ya que se han reproducido y apegado normas sociales tradicionales conservadoras; la experimentación sexual estaba justificada como "normal" únicamente dentro de vínculos matrimoniales sin embargo en generaciones como la Milenials, se empieza a destacar la percepción de la

virginidad relaciona al amor. Para la generación Z en cambio se desvincula completamente la idea de la virginidad de cualquier factor limitante se centran en la experimentación.

Se centra la religión como principal dispositivo disciplinario de control corporal que evidentemente se puede observar en el tiempo como este ha llenado de prejuicios de miedos e inconformidades y falsas expectativas a lo largo de las generaciones. Esto ha influenciado de manera determinante para que a través del tiempo exista una mayor distancia con respecto al ámbito ideológico y se aleje de discursos con cargas morales sexuales sancionadoras

La apertura que se ha tenido por parte de los círculos sociales de la generación Z al hablar de sexualidad ha sido determinante para desvincularse de matrimonio y amor para justificar los actos sexuales, por su parte únicamente se orientan a la experimentación de su cuerpo y el placer.

A pesar de los evidentes cambios, aun resaltan normas sociales que han permanecido constantes a través de las generaciones y de las orientaciones sexuales como la presión de la iniciación de la sexualidad masculina y cumplir con la máscara del “hombre conquistador y viril” al tener diversas experiencias sexuales para compartir dentro de círculos sociales.

Esto ha llevado a que la vivencia de las primeras relaciones de los hombres de la generación Z se vean percibidas como “obligatorias”, a pesar de considerar no haber estado listos, aun a pesar de tener el acceso a información estos no las perciben como placenteras, pero tampoco las perciben como algo extraño, así también se puede

Finalmente, en este aspecto, si bien a través de las generaciones se empieza como un discurso de virginidad, este no es percibido ni asumido, ni transmitido como obligatorio, ni sujetos a sanciones morales en el caso de que no se cumpliesen, por el contrario, se destaca un mayor control sobre sus cuerpos y su sexualidad.

Siguiendo la misma línea las mujeres según Yobal (2022) nos dice que “existe una valoración social de cómo se vive la sexualidad a lo largo de la vida”, misma que se rige bajo un sistema social patriarcal, que “presiona el cumplimiento de los mandatos de género” (Yobal, 2022), orientando la sexualidad femenina hacia la maternidad, monogamia, y especialmente hacia “la virginidad llena de emociones como culpa vergüenza y miedo” (Yobal, 2022).

Así, podemos destacar que las mujeres de la generación Baby boomer relacionan la virginidad como una medida de valor de la feminidad, al igual que los hombres de esta generación se toma el matrimonio como un requisito para poder vivir su sexualidad "me dijeron que la virginidad es indispensable que hasta el matrimonio. Pensaba que ahí es donde hubiese podido tener como una, como una relación fija más firme" (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022). "Antes era como un tabú la virginidad " (Mujer 59 años, entrevista,

14 de septiembre de 2022).

Teniendo en cuenta el nulo trato del tema desde los diferentes agentes de socialización, las mujeres de esta generación estaban sujetas a normas sociales de género tradicionales, colocando la virginidad como un símbolo de pureza y honra familiar. La virginidad femenina es percibida como un requisito de una relación firme, duradera, así como una expectativa masculina.

La primera mujer entrevistada relata que su primera relación sexual fue a los "los 16" (mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022) misma que desde su vivencia cuenta que sintió "Mmm como que no mucho, un poco ser utilizada" (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022). Desde su experiencia menciona que el placer en ningún momento fue parte de su vida sexual.

"No yo o sea no, no he sentido ese gusto máximo que saben decir. Por eso creo que la sensación, tal vez de sentirse a veces como que, utilizada, como que, ya pues, con que él esté conforme ya la otra salada" (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022).

La segunda entrevistada afirma que su primera relación sexual fue a los "18 años" (Mujer 59 años, entrevista, 14 de septiembre de 2022), asegura que no tuvo un acercamiento a la experimentación del placer pues esta expresa: "me sentía con miedo porque antes teníamos mucho miedo a nuestros padres que vana decir, tenía miedo a un embarazo" (Mujer 59 años, entrevista, 14 de septiembre de 2022).

La sexualidad femenina históricamente se ha visto reducida a la disposición masculina. Se percibe la sexualidad femenina como subordinada al placer masculino. Las expectativas de las normas sociales de género han construido un imaginario en las mujeres en las que experimentan su sexualidad de una forma que prioriza los deseos y necesidades del otro.

La suma de la expropiación del cuerpo femenino a disposición del placer masculino más el poco conocimiento y trato del tema ha llevado que el placer femenino al menos dentro de la primera relación sexual haya sido nulo, así como la percepción haya sido poco agradable.

Dentro de la generación Millennial se puede observar la presencia de resistencia a seguir estos mandatos patriarcales de género, se presenta una gran inconformidad con el discurso de la virginidad implantados y reproducidos en las mujeres a través de generaciones.

"La virginidad es una construcción social en donde hace muchísimos años, nos decían que, si una mujer sangraba en su primera relación sexual, era virgen. Es una construcción en donde esto nos ha dado un valor irracional a las mujeres. Las mujeres que son vírgenes valen más que las mujeres que han tenido una vida placenteramente sexual. Por una idea de que las mujeres deben llegar virgen al matrimonio para mantener la pureza, cosa que no pasan los hombres. Los hombres entre más rápido pierden la virginidad. Entre más relaciones

sexuales han tenido, se los considera como más hombres" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

Se presenta en la generación Millennial el placer como un derecho, en la apropiación del cuerpo, sin embargo, se presentan aún sectores que tienen altas cargas de sanción moral, lo que ha llevado la vivencia de la sexualidad a un plano secreto; la sexualidad sigue siendo desde la vivencia una condena moral fuera del vínculo matrimonial.

"Yo pienso que la virginidad, al menos para mí, nunca fue algo importante le tenía curiosidad a experimentar sexualmente conmigo, con mi cuerpo al menos a mí, como que se me trató cómo de avergonzar el hecho de que si tenías relaciones sexuales de alguna manera te tenías que sentir mal, por ejemplo. Entonces creo que eso" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

La primera entrevistada Millennial nos relata que su primer acercamiento sexual fue a los "15 años." (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022), al tener una educación sexual clara y explícita en todo lo referente a información nos cuenta que:

"Mi primera vez fue placentera. Porque como yo ya había recibido educación sexual. Y segundo, fue con una persona que sabía que yo no lo había hecho. Y hubo mucha racionalidad en el momento del acto sexual, eh, con calma, entendiendo que era un proceso normal que podía ser doloroso, pero que tanto él como yo queríamos que no sea traumático" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

Por otro lado la segunda entrevistada de la generación Millennial tiene una experiencia un poco diferente, su primer acercamiento hacia la sexualidad fue "yo tuve 13 años 13 o 14 años" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022), sin embargo, por el contrario al tener limitada información explícita sobre el tema su experiencia fue bastante diferente:

"Le tenía mucha curiosidad, pero no fue una experiencia para nada placentera y creo que me sentí muy culpable después de eso porque, dentro de todo, fue como que te acuerdas de lo que te dicen, tienes que darte a respetar y todo eso. Y bueno, es un proceso, ¿No? Él también el sentir confianza cuando tienes relaciones sexuales y dejar de lado también todo ese como que ese discurso detrás de las sexualidades de las mujeres" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

Se destaca que el acercamiento a la sexualidad en la generación Millennial de mujeres es más temprana con respecto a la generación anterior, así mismo en esta generación de hombres se relató que sus primeras experiencias sexuales fueron con personas menores a ellos.

En esta generación resaltan dos posturas contrarias, la primera entrevistada que está inmersa en un contexto conservador sin embargo con bastante socialización respecto al tema resalta un factor importante dentro de su primera experiencia sexual que es el consentimiento y la

comunicación, misma que fue fundamental para la vivencia del placer en el acto.

Mientras que, por otro lado, resalta una postura que, si bien fue consentida y con un nivel de empoderamiento de su cuerpo, tuvo una percepción de culpabilidad del acto una alta condena moral, por transgredir los mandatos tradicionales de género. Se habla de un proceso de empoderamiento de los cuerpos femeninos para que se alejen de un imaginario que pretende el placer como algo exclusivo de los hombres. A diferencia de la vivencia y percepción de las sexualidades masculinas estos resaltan la libertad de vivir sus cuerpos, mientras las mujeres se auto perciben de manera negativa en este aspecto, se presentan procesos de empoderamiento para poder experimentar y vivir su sexualidad sin culpas.

Esta carga moral provoca que las relaciones sexuales femeninas sean insatisfactorias al momento del acto sexual, mientras que los hombres presentan como insatisfactorias por la presión de la iniciación de la vida sexual y la falta de información adecuada que llega a impactar en los dos casos.

Se puede observar una constante lucha con las normas sociales de género tradicionales que promueven discursos apegados a la virginidad y abstinencia femenina, sin embargo, dentro de la percepción de las entrevistadas se asumen en una postura alejada de estos discursos, destacando la desigualdad de percepción con respecto a los hombres.

Por otro lado, la generación Z de mujeres se deslinda de la condena moral de la virginidad, sin embargo, se le otorga la capacidad de agencia a las mujeres para poder decidir el empezar o no la vida sexual; se deslinda también de mandatos de género tradicionales que se ponen al servicio de la masculinidad.

"Que cada a cada quien trata su cuerpo se trata a sí misma como quiera. Si lo mío es, te digo, para mí es importante ser virgen y no por algún constructo social sino como que a mí yo quisiera guardarme y es algo, yo tengo mis motivos. O sea que cada quien haga lo que le da paz y tranquilidad, pero yo, en mi caso, no le di mucha importancia. Fue como que con quien pase va a pasar" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022).

"No sé eso ya digamos, nuestros antiguos crearon eso, la virginidad, digamos, no es algo, Dios mío, qué bestia qué si te quitan la virginidad ya eres lo peor del mundo. Lastimosamente, nuestros antepasados pusieron eso y los padres también piensan que ya si pierdes tu virginidad, eres una puta. Si por poco, pero no es así, a veces uno se entrega por amor y no porque digamos seamos unas prostitutas" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022).

Para la generación Z de mujeres existe una ruptura significativa al momento de entender la sexualidad; en el caso de la primera entrevistada de esta generación cuenta que su primera relación sexual fue a los "19 años" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022), la

misma tiene una orientación sexual por mujeres (lesbiana) menciona:

"Yo estaba emocionada y a mi pareja no le dije, porque, era una man bien densa así. Y ya pues, yo era emocionada, así como que si me gustaba la man todavía yo me sentí bien, pero como que uno después de tener relaciones le da ganas de este afecto así de que te queden abrazando dando alguna vaina así. Pero yo ya no tuve eso. Entonces fue como que cada quien se cambia. Si por su lado, entonces fue como que yo era como que vacan, pero fue como que chuta turo así. Pero dije, bueno" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022).

La misma asegura que su experiencia tuvo mucha cercanía a la experimentación de placer: "Mmm. 60%, 70%" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022)

Por otro lado, según el testimonio de una de las entrevistadas de la generación Z afirma que tuvo su primer acercamiento a la actividad sexual "a los 15 años" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022), misma que destaca "¿Eh? No me gustó. Fue horrible, porque me dolió, era una persona que no valía la pena que digamos, o sea, me utilizó, fue doloroso" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022).

En este aspecto se puede destacar una deconstrucción del imaginario tradicional de la virginidad femenina a través de las generaciones, así como también existe una constante confrontación con las generaciones más antiguas mismas que condenan los nuevos imaginarios que transgreden desde la idea a la práctica las normas sociales de la abstinencia y la virginidad.

El empoderamiento del cuerpo femenino ha sido trascendental para una mejor satisfacción sexual femenina que esta ha sido relegada a segundo plano históricamente. El rol de género asignado a las masculinidades relacionado con fuerza y erección alejados del lado emocional ha hecho que la primera experiencia sexual femenina haya sido poco satisfactoria e incluso dolorosa.

En esta generación se llegan a dar nuevamente dos posturas respecto a la virginidad misma que está relacionada con relaciones emocionales y la segunda postura que relaciona la sexualidad a la mera experimentación y placer.

En este sentido destaca en primer plano que el contexto estudiado resalta una evidente carga ideológica cristiana, que ha influenciado y limitado el acercamiento a la sexualidad. En el caso de la generación Baby boomer, tanto hombres como mujeres destacan la virginidad como símbolo de honor y pureza, estos elementos se perciben importantes para perpetuar relaciones matrimoniales largas y duraderas, sin embargo, la obligatoriedad de la misma no ha sido asumida desde la práctica para hombres y mujeres aun así la carga moral femenina se resalta ya que esta se destaca como razón fundamental para el fracaso de la relación.

Este imaginario bajo el cual se ha regido el periodo de adultez temprana de la generación

Baby boomer ha cambiado de perspectiva acentuando la necesidad del autoconocimiento y la experimentación del cuerpo para consolidar relaciones sexuales placenteras. Sin embargo, en el caso femenino el placer se pone a servicio de lo masculino a tal punto de que una de ellas asegura que este nunca fue experimentado.

Para la generación Millennial y generación Z de hombres y mujeres se destaca una fuerte renuencia a seguir mandatos de género tradicionales basados en ideologías cristianas que tienen bastante peso dentro de su percepción, no se presenta como importante a nivel moral la experimentación de la sexualidad y la virginidad.

Se empiezan procesos de relacionamiento de sexualidad con otro mecanismo de disciplinamiento social que es el amor, y al mismo tiempo se empieza a deslindar de la idea romantizada del amor para centrarse en el cuerpo como una herramienta individual de experimentación, misma que trasciende ideas restrictivas de apropiación corporal femenina para empoderar el placer sexual femenino.

Se transgreden las normas del placer condicionado que históricamente han limitado la forma en las personas especialmente, mujeres buscan placer más allá de vínculos socialmente aceptados. Se traspasan las estructuras de poder fundamentadas en construcciones de género que influyen en la experimentación del cuerpo especialmente femenino.

La implantación de una subjetivación ética basada en valores conservadores ha llevado a una experimentación dentro de los deseos y límites masculinos considerados estos como correctos, sin embargo, con un mayor acceso a la información esta subjetivación busca promover autenticidad y empoderamiento de la sexualidad y el cuerpo principalmente el femenino, bajo valores de satisfacción personal y éticas individuales.

8.3 Amor y sexualidad

Si bien como pudimos evidenciar con anterioridad hay un constante manejo de un discurso sobre cómo se debe vivir la sexualidad de manera que esté dentro de las normativas morales, es decir en el caso de las mujeres dentro de vínculos sentimentales y en concreto dentro de vínculos matrimoniales, y en el caso de los hombres sin tantos condicionamientos obligatorios, es necesario evidenciar la praxis de este discurso y cómo ha ido evolucionando desde la práctica a través de generaciones.

En este sentido se destaca el vínculo sentimental dentro de prácticas sexuales:

“Pienso que es lo ideal porque si no, imagínate. Es como coger e irte donde una prostituta diciéndolo más claramente dónde vas, nadie tiene ningún sentimiento coges de haces el acto se acabó y pagas. Si es que tú quieres realmente tener una relación satisfactoria sin sentimientos, nunca lo vas a conseguir” (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

También relata que ha tenido alrededor de “20” (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022), parejas sexuales todas dentro de vínculos sentimentales. Otro de los entrevistados destaca el amor como un elemento importante para tener relaciones sexuales: “Pensaba que sí. Después dije ya no. Bueno, cambiar mi ideología no creo que hay como. No es lo mismo como dice Arjona hacer el amor y tener sexo no es lo mismo. Y la sensación es muy diferente. Uno puede ser placentera y se acabó todo un rato, pero como que tiene uno le queda esa sensación de y ahora que hice, peormente si lo hice con una persona que a lo mejor no sé ni el nombre. Entonces hay una gran diferencia. Entonces, sí tiene una importancia de ley” (Hombre 59 años, entrevista, 14 de septiembre de 2022).

El mismo destaca por otro lado que ha tenido 10 parejas sexuales, de las cuales “Solo mi esposa” (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022) dentro de vínculos sentimentales.

Para las mujeres de la generación Baby boomer si bien el amor es un elemento constante dentro de las relaciones sexuales si existe una diferencia bastante significativa en el número de parejas sexuales con respecto a los hombres. Es así que se destaca

“Debo sentir algo yo porque no sé si el otro sienta por mí, pero para que alguien comoque me toque toda y todo debe haber algo de por medio como algo de sentimiento, así como que no más, no, no me cabe mucho en la cabeza” (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022).

Se destaca la principal diferencia del relacionamiento de una pareja sentimental y de unapareja ocasional como:

“Una pareja ocasional es como muy efímero. Se nota cuando te quiere únicamente tenerpara un rato de satisfacción y no, no. Pero creo que, porque hay la insistencia de por medio más, no porque hay ese sentir de tal vez un rato diferente. Si no más bien, solo voy a eso directo. ¿No? Y una persona que como que está de por medio algo sentimental, está como que no sólo al momento de intimidad, ¿sino también tiene yo qué sé? ¿Estarpendientes? Si, está bien, si cualquier cuestión así, si necesita algo, si le acompaña o cosas así” (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022).

“Porque en la pareja que se quieren, pues es yo pienso que hacer el amor, pero en unapareja que no más es por gusto puedes tener sexo” (Mujer 59 años, entrevista, 14 de septiembre de 2022).

La entrevistada de 58 años destaca que únicamente ha tenido tres parejas sexuales y en el caso de la entrevistada de 59 años destaca que ha tenido dos parejas sexuales; las dos destacan que todas sus parejas sexuales fueron dentro de vínculos sentimentales.

Como se ha visto para la generación Baby boomer de hombres y mujeres se implanta mucho

el discurso de la sexualidad vinculada al amor con un fin matrimonial reproductivo. Sin embargo, la vivencia de la sexualidad de los dos sexos ha sido diferente teniendo diferente carga e impacto en este sentido. Las prácticas sexuales dentro de la masculinidad tienen una vivencia del placer con menor sanción moral que el de las mujeres.

El amor por su parte se puede entender como una norma social construida bajo factores culturales e interacciones individuales, el amor en este caso es un mecanismo para justificar la sexualidad activa dentro de márgenes éticos y morales de vínculos matrimoniales. Las mujeres que se salga de este modelo “correcto” de vivir la sexualidad es considerada como promiscua.

En base a esto se dan una serie de constructos y estereotipos relacionados con la sexualidad femenina en un ámbito de desigualdad de género de relaciones de poder y patriarcales. La misma idea de la mujer promiscua es resultado del constructo de la mujer pura y virgen, misma que limita la autonomía y el manejo y experimentación sobre el cuerpo de las mujeres, Existe una disparidad que refleja desigualdades de género en el intento por controlar la sexualidad femenina como símbolo de valor y la libertad sexual y de experimentación del cuerpo que se le da a lo masculino como símbolo de aceptación dentro de círculos sociales. Esta perpetuación de desigualdades se ve reflejada en el discurso del amor, este mismo discurso según Galarza (2011) nos explica que se alude “a una supuesta biología y fisiología diferencial, de modo que el amor se convierte (directa o indirectamente) en el centro de eso que suele llamarse, dependiendo de las disciplinas, identidad o subjetividad femenina”, relacionando a la mujer con un aspecto más sensitivo.

También se puede decir que se empieza a implantar un “ideal auto asumido y heteroimpuesto para las mujeres que es, en palabras de Adrienne Rich, la “adicción al Amor” (Esteban Galarza, 2011), como una forma de legitimar y asegurar este orden desigual, como una medida de control de la mujer a la vivencia de la sexualidad misma.

Esta cultura del amor es un constructo internalizado difundido como producto de la reproducción de una sociedad conservadora, a tal punto que empieza a enfrentar conflictos internos basados en una moral sexual que condena la libertad sexual fuera de vínculos matrimoniales sentimentales.

En el caso de la generación Millennial se evidencia una ruptura en la internalización de la normativa social que vincula con obligación la sexualidad con el amor y el matrimonio, si bien esta normativa es de conocimiento y enseñanza tanto para hombres y mujeres evidentemente es un mecanismo que ha servido para justificar la heteronorma dentro de un sistema patriarcal.

En esta generación se percibe bastante separada la idea de amor- matrimonio a la sexualidad

como tal, este constructo se percibe poco representativo. Así destacan los entrevistados de esta generación referente a la exclusividad de las relaciones sexuales dentro de vínculos sentimentales que:

“No, porque pienso que el ser humano es un animal carnal también y a veces existe el deseo más allá de las creencias de la religión donde yo creo que es también una especie de estímulo que busca satisfacer a veces el mismo cerebro cuerpo. No sé” (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

“Sí, porque creo que entregarte a alguien debe saber a quién, a quién se lo entregas tú tienes conocimiento de lo que vales de lo que eres y creo que entregar todo tu cuerpo a alguien debe ser sentimental y no porque como estamos tan acelerados que a veces bajo los efectos de sustancias en una fiesta, por ejemplo, creo que terminas en el calor del momento haciéndolo con alguien” (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022).

En este punto se empieza a expresar al placer como una necesidad desde la perspectiva masculina:

“Puede haber una afección amorosa, y otra netamente placentera. Entonces yo no veo algo de malo. O sea, digamos, sé que hay diferencia, pero yo creo que una relación sexual con una con un vínculo amoroso es más trascendental” (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

Es así que el entrevistado de 30 años de edad destaca que ha tenido por encima de 150 parejas sexuales de las cuales 13 fueron dentro de vínculos sentimentales, mientras que el segundo entrevistado ha tenido 7 parejas sexuales todas dentro de vínculos sentimentales.

Si bien para la generación Millennial de hombres se deja de lado la obligatoriedad de la idea del matrimonio para justificar relaciones sexuales sigue existiendo el vínculo emocional de por medio para justificar las relaciones sexuales, sin embargo, este vínculo se percibe como ideal mas no como obligatorio. Es un paso a un cambio dentro de las dinámicas de género en un contexto sexual, desafía las normas tradicionales difundidas en nombre del amor que perpetuadas como un mecanismo de disciplinamiento corporal para regular la sexualidad especialmente la femenina.

En el caso de las mujeres de la generación Millennial hay una significativa ruptura de la norma de la sexualidad vinculada al amor y al matrimonio, y una fuerte crítica hacia la misma, ya que se destaca que:

“No que se tenga que vincular al afecto creo que eso es un procedimiento arraigado de la sociedad hetero normativa porque normalmente los hombres fingen tener un sentimiento para tener una relación sexual. Creo en realidad que el punto más bajo de la sexualidad es cuando alguien tiene que fingir sentir algo por alguien para la plena libertad sexual, porque eso en

realidad no genera, eh, el vínculo real” (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

Se entiende que la represión de la sexualidad femenina ha llegado a ser condenada que en tanto la misma llega a confundir el placer con amor “si el sexo que hemos tenido funciona si nos gusta, muchísimas veces nuestro cerebro llega a confundir el placer con lo que sentimos” (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

En este punto también se destaca la principal diferencia de los vínculos amorosos con la ocasionalidad misma que reside en la priorización del placer o del compromiso afectivo. Finalmente, la entrevistada de 26 años señala haber tenido 55 parejas sexuales de las cuales 5 han sido dentro de vínculos sentimentales, mientras que la segunda entrevistada de 26 años ha tenido 11 parejas sexuales de las cuales 6 han sido dentro de vínculos sentimentales. Existe una transgresión muy significativa respecto a las mujeres de la generación Baby boomer ya, que como tal las mismas se refieren al placer del hombre, mientras que en la generación Millennial ya existe una preocupación del placer femenino, se disminuye la condena moral relacionada al número de parejas sexuales que han tenido, se da una ruptura del apego sentimental exclusivo para que exista una relación sexual, también cabe recalcar que cada vez hay menos apego a tradiciones judeo cristianas.

En este punto lejos de una obligación se llega a plantear alternativas de vincularse a relaciones sexo afectivas emocionales y románticas a largo plazo o por el otro lado a vincularse a relaciones exclusivamente sexuales. Esta clase de relacionamiento desafían las relaciones amorosas tradicionales.

Las relaciones sexuales no sexo afectivas son una forma de exploración y expresión de la sexualidad individual, en este punto se desafía las normas de género cambiando la percepción de sanción moral a la feminidad por el empoderamiento y autonomía su propio cuerpo.

Para la generación Z los hombres, existe una mayor variedad de percepciones, así podemos ver que el vínculo sentimental como necesidad indispensable dentro de las relaciones sexuales deja de ser necesario: “No, depende mucho de la persona. Yo, yo sí necesito sentir afecto y amor para tener sexo. No puedo, nunca, nunca he tenido nada casual” (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022).

“Antes pensaba que no debía haber ningún vínculo así sexo es sexo, pero ahora es como que voy al punto de que al menos que hay algo de feeling, no sé, o sea que, si hablas con la man, como que te llame la atención, sí, porque también he tenido panas que sí, como que son muy visuales, pero y se van solo por un tema visual. Pero últimamente he tenido un poco de conflicto con eso, así como tener sexo con alguien que ni siquiera has intercambiado una palabra o que ósea ni siquiera me ha intercambiado una sonrisa, digamos, no sé, siento que es

muy vacío” (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

En este punto se destaca la vinculación emocional como un modelo ideal de experimentación sexual sin embargo no obligatorio resalta un aspecto nuevo en el que se le da relevancia que es la atracción física del otro. Del mismo modo dentro de las relaciones sexuales se destaca que no hay ninguna diferencia en las dinámicas sexuales con una pareja sentimental u ocasional, la diferencia en sí es la expresión emocional.

Finalmente podemos destacar que las mujeres de la generación Z tienen una visión clara al orientarse a una vivencia de la sexualidad libre y transgresora de la norma social “que cada quien haga lo quiera, pero yo si dije como que más sentimentalmente” (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022).

Sin embargo, existe la tendencia a vincular la sentimentalidad con la sexualidad, misma que tiene como antecedente el discurso del amor, y el deterioro de la parte sentimental:

“Más va, más relacionado con la parte de estabilidad emocional porque ha habido gente mayor de los 30, 40 años que tiene sus relaciones abiertas, pero ellos mismos afirman que nunca va a haber solo sexo y siempre va el sentimiento porque somos humanos, y sentimos Entonces, si es que no si es, ambas personas, son inconscientes de esto haciéndolo solo sexo a la larga. Es como que uno va a sentir cosas y se van a hacer daño mutuamente por no reconocer a veces. Entonces siempre alguien va a caer así siempre. Entonces, a la larga, como que no es del todo bueno para uno emocionalmente hablando” (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022).

El vínculo emocional o el amor esta percibido como un sentimiento positivo en las relaciones humanas, a pesar de esto desde un análisis crítico se puede recalcar como un mecanismo de disciplinamiento corporal y de control social, especialmente conectada en la expresión y control de los cuerpos. Se resaltan expectativas de cómo deben ser las relaciones amorosas, basadas en la reproducción de patrones de género tradicionales y relaciones de poder.

El amor resalta sobretodo el rol de la mujer femenina como cariñosa, paciente, cuidadora mientras que a los hombres se los resalta como racionales, proveedores y protectores, esto establece parámetros específicos a los cuales las personas se tienen que ajustar, controlando y regulando el comportamiento dentro de las relacionales.

Sin embargo, dentro de la sexualidad en generaciones como la Millenials y la generación Z también resaltan relaciones sexuales sin la necesidad de este vínculo emocional, favoreciendo la exploración y el autodescubrimiento de la sexualidad individual. Se deslinda de la norma que fija al sexo con compromisos emocionales.

Se puede percibir como una forma de empoderamiento del cuerpo y sexualidad individual, en el cual se tiene decisión sobre el cuerpo sin límites de las expectativas sociales y normas de

género. A medida que la socialización de la sexualidad se ha vuelto más abierta se ha ido destigmatizando la condena social de la sexualidad libre, ya que las mismas lejos de ideas tradicionales buscan el placer y satisfacción.

8.4 Medios tecnológicos comunicacionales

Desde el marco teórico-conceptual los medios tecnológicos como un agente socializador, mismo que está cargado de una infinidad de información que en la actualidad está disponible tanto para niños como de adultos; cuando se habla sobre sexualidad el contenido que se encuentra en estos medios puede llegar a tener dos orientaciones: informativo o recreativo cuando se habla sobre sexualidad. El acaparamiento de medios tecnológicos comunicacionales a través de las generaciones ha sido completamente trascendental en la creación de imaginarios sociales y en la difusión de estereotipos de mandatos de género, roles de género, pero también en la idealización/ideación del cuerpo masculino y femenino, mismo que ha tenido incidencia en la vivencia de la sexualidad.

Es evidente que se ha ido obteniendo a través del tiempo más acceso a información desde la utilización de medios más tradicionales como periódicos, revistas hasta el mismo internet, es así que la forma de la presentación de la información tiene gran incidencia en la percepción y en las formas de relacionamiento para los diferentes grupos sociales.

Existe una íntima relación entre el nivel de acceso a la información sobre sexualidad y la vivencia de la sexualidad como tal, existe un contraste al tener a disposición un enorme mundo de información sobre sexualidad que desde otros agentes socializadores ha sido fuertemente censurado especialmente en generaciones más antiguas.

En relación a este tema la generación Baby boomer de hombres asegura haber utilizado medios tradicionales para la búsqueda de información sobre sexualidad en su época; aseguraban que existían medios como: "Buscar, por ejemplo, libros" (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

"Antes no se hablaba ese tema. La verdad cuando yo era niño, por lo general no, películas, eh, se podría decir pornográficas era ver a una chica en bikini ese era literalmente ver algo pornográfico, no existía otro tipo de educación. Entonces se veía mal hasta ver una mujer en bikini" (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

"Había pornografía en revistas y cosas como esas y yo jamás, yo en ese entonces, jamás había visto a una mujer. Yo solo tenía percibido lo que medio he visto en los libros de ciencias naturales" (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022).

En el caso de las mujeres de esta misma generación en su adolescencia aseguran no haber tenido ninguna clase de contacto sobre sexualidad fuera de los medios de educación formales que se enfocaban básicamente en cambios fisiológicos, contrario a las generación de

hombres (Baby Boomer); aseguran que el único acercamiento de información explícita sobre sexualidad en su adolescencia era la pornografía, misma que estaba en revistas; la información al alcance era orientada hacia la ciencias naturales, que ya anteriormente fue señalada por los mismos entrevistados/as como deficientes.

La información socializada a hombres y mujeres de la generación Baby boomer es percibida como incompleta, así al sufrir esta transición tecnológica y acceso a nuevos contenidos en medios de comunicación, los mismos también han sentido una apertura al momento de tratar temas relacionados con sexualidad. Se considera como un medio instructivo la pornografía para innovar prácticas sexuales; así, a pesar de que existe ya esta apertura los conocimientos sexuales se siguen condicionando y justificando bajo vínculos matrimoniales.

"Por ejemplo, lo que se trata, por ejemplo, como el libro del Kama Sutra, por ejemplo, hay videos en los cuales te indican cómo puedes tú coger y hacer que tu pareja se sienta bien, porque no solamente se trata de que tú estés bien, porque si los dos no funcionan al mismo tiempo como un como dos, dos partes de un motor uno de los dos va a fallar tarde o temprano. Entonces, es importante que los dos se sientan eh, cómo satisfechos con sus relaciones, no solamente personales sino sexuales" (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

"Cuando pasa ya los años, se tiende a que las relaciones sexuales sean monótonas, entonces es bueno buscar otras alternativas o formas" (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022).

En este punto, los medios tecnológicos han significado un gran avance en una serie de deconstrucciones sociales, sobre el placer, exponiendo una variedad de prácticas desconocidas o censuradas dentro de esta generación. Con el tiempo se ha dejado de lado prácticas exclusivamente falocéntricas, resaltando la importancia de la satisfacción femenina como parte de un acto sexual completo.

Sin embargo, al abrirse estas posibilidades de nuevas perspectivas y prácticas se abren escenarios como una representación irreal de expresiones de placer, así mismo destaca el Farmming que los medios crean una puesta en escena particular que influencia en la percepción y la interpretación de la realidad de los espectadores.

Así la pornografía se presenta como una fuente de información informal que si bien puede estar cargada de elementos instructivos positivos en un contexto de desinformación, a la vez puede llegar a perjudicar la vivencia misma de la sexualidad generando falsas expectativas y poco realistas creando una comprensión irreal sobre el sexo; ello además de la carga muy mayoritariamente patriarcal de como la pornografía se ha manifestado en el pasado y muestra aun en la actualidad.

El caso de las mujeres de la generación baby boomer se presenta bastante diferenciada con respecto a la generación hombres, se observa una relación de las tecnologías orientadas a búsquedas de información meramente académica, misma que se ha dado dentro de un escenario profesional.

"Yo trabajaba y teníamos que a veces dar talleres, pero en la sexualidad no, no con la cuestión de morbo no se ha dado tal vez la necesidad, la situación, sino más bien yo quise vídeos de la sexualidad para adolescentes" (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022).

La entrevistada considera que búsquedas sexuales fuera del ámbito académico son consideradas como "morbo" prohibidas y fuera de la moral, dándole una orientación negativa. Se expone una postura producto de la estigmatización de la discusión abierta de la sexualidad. Existe un gran contraste en este aspecto con respecto a los hombres de esta generación ya que estos a medida que el acceso a la información es más fácil, la percepción de la sexualidad ha sido influenciada por la pornografía.

Continuando con la generación Millennial de hombres podemos observar que se mantiene esta relación "para fines académicos, bueno, yo tengo la ideología de entre más sabes... más miedo te da entonces saber mucho de algo no es bueno" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022).

A pesar de la accesibilidad a la información, existe resistencia a utilizarla, pues él considera que puede llegar a generar temor dentro de la vivencia de la sexualidad. Esto se da dentro de un contexto generacional en el que se ha experimentado de forma paulatina la evolución del acceso tecnológico; en este sentido los medios pueden difundir información confusa, llevando a percibir innumerables riesgos o consecuencias negativas asociadas a la experimentación sexual especialmente a personas que están empezando su actividad sexual.

Por otra parte, el segundo entrevistado de esta generación afirma que:

"Bueno, en esa época no podíamos obtener información fácilmente, porque no había ni siquiera en internet, o sea, tengo 30 años, entonces me acuerdo que recién salió Encarta y yo buscaba ahí, o sea, nada que ver. Entonces era más difícil, no es que pude hacer uso de la tecnología como tal, ahora, eh, de ahí lo que hacía era ver nada en medios tradicionales como la televisión, lo que escuchaba en programas de ahí es lo único que medio me instruía o las mismas revistas, por ejemplo, así, pero más allá de eso, no" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

En la generación Millennials se recalca que el medio utilizado se limitaba a revistas y contenido televisivo sin fundamentos científicos, así como que estos medios eran orientados a tendencias de moda, que se tomaban como una fuente instructiva. En este aspecto podemos resaltar que las revistas de moda, algunas de cuyas publicidades se analizan en este estudio,

generalmente se centran en estética resaltando aspectos como la imagen física, apariencia corporal, la utilización de ciertas prendas.

Desde este aspecto se influye en la percepción de la sexualidad y la percepción de normas de belleza y sujetos de deseo que generalmente presentan roles de género tradicionales enmarcadas en representaciones congruentes a estos aspectos normativos.

En el caso de las mujeres de la generación Milenial también destaca la utilización de medios tecnológicos comunicacionales, pero se orientaban a búsqueda sobre métodos anticonceptivos; sin embargo, se enfoca en métodos anticonceptivos dirigidos principalmente hacia las mujeres.

Se resalta en esta generación que la preocupación de la planificación familiar y la anticoncepción principalmente se relega al lado femenino misma que presenta dificultad ya que la sexualidad se ha tratado con muchas limitantes y tabúes. Así relata una de las entrevistadas:

"Sí había hecho uso para buscar cuáles son los métodos anticonceptivos y cómo utilizarlos. Porque, si es verdad que te dicen que, por ejemplo, existen las pastillas existen condones, pero no te explican, por ejemplo, en el caso las pastillas, que fue el método que quise utilizar primero para no quedar embarazada, pero ya estaba embarazada cuando quise utilizar este método, nunca me explicaron explícitamente cómo se tenían que tomar. Entonces me demoré un poco en querer investigar. Y ya pues, ya quedé embarazada"(Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

A lo largo de la historia se ha reproducido un discurso asociado al control de la sexualidad femenina, que ha designado el papel del control reproductivo a la feminidad; de hecho, en gran parte como, consecuencia de este legado han surgido movimientos y luchas por la autonomía y apropiación del cuerpo femenino. Su objetivo ha sido lograr el empoderamiento femenino en la toma de decisiones informadas sobre reproducción, y el poder disfrutar la sexualidad y el placer de forma plena. Ello como reacción a la designación del cuidado anticonceptivo a la feminidad; ya que ellas llevan las principales consecuencias refiriéndose a embarazos no deseados, mismos que tienen una gran condena social, estigmatizándolas y avergonzándolas.

A pesar de que en esta generación de mujeres (Millenial) se ve gran avance con respecto a la anterior (Baby boomer) conserva normas sociales de género tradicionales que se han acoplado a la época; sin embargo, el cambio de dinámicas es producto de un esfuerzo colectivo que ha desafiado estas mismas normas de género que son percibidas como restrictivas y poco representativas.

Por su parte los entrevistados de la generación Z al tener acceso a medios tecnológicos el

primer entrevistado de esta generación asegura que su búsqueda era referida hacia temas enfocados en la anticoncepción femenina, pero también en este punto se llega a tomar importancia a métodos anticonceptivos masculinos "también busqué esto de la cómo se llama de la vasectomía creo que sí, también busque eso y así temas así" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

Para las mujeres de la generación Z podemos observar preocupación por métodos anticonceptivos, no solo enfocadas al ámbito exclusivo de relaciones heterosexuales "sobre cómo debo protegerme. Métodos para protegerse, los condones, todas esas vainas" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022).

Aquí también podemos evidenciar el interés de la búsqueda de placer individualfemenino en búsqueda de información con la finalidad de la obtención de placer "sí, he buscado como masturbarme para experimentar mi cuerpo" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022).

Dentro de la generación Z destaca un interés de la masculinidad por tomar el control del ámbito reproductivo en busca de alternativas anticonceptivas para ellos dejando de lado cualquier estigma regido a normas de género tradicionales; el hombre en este sentido también puede tener autonomía reproductiva.

Finalmente, otro aspecto importante que resalta es la utilización de medios tecnológicos como un medio de empoderamiento especialmente para las mujeres para explorar su propio cuerpo. La tecnología ha contribuido a desmitificar y romper tabúes con respecto a masturbación especialmente la femenina que ha estado relacionada con vergüenza.

8.5 Placer y uso de medios tecnológicos-comunicacionales.

La moral sexual basada en argumentos ideológicos judeocristianos identifica la sexualidad femenina con una "mujer femenina" que reprime sus impulsos sexuales y se enfoca en el ámbito de la sexualidad desde una perspectiva reproductiva.

Cómo se analizaba en el marco teórico, el placer de la mujer se ha condenado, omitiéndolo como parte fundamental de la sexualidad femenina, el placer femenino se considera según Díaz (2022) como un "medio para la maternidad más que como un fin en sí mismo" y pasa "hasta el punto de que las mujeres no sienten interés por la masturbación o se avergüenzan de practicarla" (Díaz, 2022).

Por otro lado, el placer masculino ha sido el fin de la sexualidad, la masturbación ha sido uno de los más grandes tabúes, teniendo estas sanciones morales bajo fundamentos de un "acto pecaminoso contra natura" (Sapetti, 2006). A pesar de esto se ha podido mostrar que la percepción y vivencia de la sexualidad ha ido rompiendo estas normas al mismo tiempo que el acceso a la información se ha ido facilitando y desmitificando. Es así que según uno de

los entrevistados de la generación Baby boomer de hombres asegura que la masturbación: "Es algo que creo que hasta el día de hoy lamentablemente se trata como un tabú que casi nadie quiere coger y aceptar que en algún momento de su vida se masturbó o se sigue masturbando" (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

La masturbación se trata en la generación Baby boomer en la adultez desde un círculo social cercano, en este aspecto la misma se vincula con pornografía y orientado a la broma, y el alardeo. Por otro lado, el tema dentro de vínculos familiares ha sido para esta generación completamente omitida, creando en primera instancia una percepción negativa de esta práctica.

Para la generación Millennial se empieza a tratar ya temas referidos a placer y masturbación de forma explícita en círculos sociales, mismos que están compartiendo procesos o experiencias cercanas dentro de su misma generación, sin embargo, la censura dentro del círculo familiar sigue existiendo; en este punto se tratan temas como:

"Temas muy llegados al placer, temas la masturbación o la primera vez que alguien vioporno con personas que te puedan entender y donde puedas expresarte libremente sin que te estén juzgando" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022).

En la generación Z se destaca con una orientación más hacia la broma y la burla, se empiezan a dar en este punto los primeros acercamientos dentro del círculo familiar a lo referente a masturbación sin orientarlo a la censura; sin embargo, son las generaciones más contemporáneas que tienen esta manera de abordarlo, se puede destacar la confrontación de percepciones al respecto con hijos- padres.

"Entre panas sí se hablaba full cosas, pero se ve un enfoque más de joda, ni siquiera se le prestaba atención así a lo que era la masturbación, sino que era más el tema de que ¡ah!, te masturbas o era para ser bromas dentro del círculo de amigos y dentro de mi familia, al menos, por ejemplo, mi hermana con la que más me llevo me decía no está mal si lo haces o no así. Pero, pero, o sea, eso me decía ella, pero en cambio, mi madre decía no, no no harás esas cosas" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

En el caso de las mujeres de la generación Baby boomer el tema de la masturbación fue omitido por completo a excepción de una de las entrevistadas que lo aborda ya en su adultez desde un ámbito profesional:

"Esta temática entre amigos, no. No he sido alguien que he tenido como que muchos amigos ni me he llevado tanto como para llegar a este tema, pero sí se ha conversado, eh mucho en la cuestión del trabajo, como que recién en la vejez un poco, no tan jovencita" (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022).

De igual manera en este sentido al tener gran desconocimiento y una gran carga de normas

tradicionales sexuales que rigen conductas sexuales y ponen el placer a disposición de lo masculino dentro de esta generación se presentan como impensables e inapropiadas alejadas del imaginario implantado de la mujer como "pura y recatada" en su sexualidad. Con este antecedente y la carga moral de por medio se constata como se ha limitado mucho a las mujeres a poder explorar su propio cuerpo.

En la generación Millennial podemos ver una ruptura, se procura buscar diferentes medios para informarse, también, también existe socialización con respecto a la masturbación de madres a hijas tratando el tema como algo normal para poder experimentar; este empoderamiento sexual de experimentación desafía el poder estructural de impedir la autonomía del cuerpo femenino.

"Yo creo que el único comentario que me hizo mi mami alguna vez acerca de la masturbación fue que es necesario conocer nuestro cuerpo y que masturbarse en realidad no es malo. Dentro de un círculo de amigos se trata de una manera más sí orientada a la broma de amigos hombres. Pero dentro del círculo femenino como que se habla un poco más acerca del tema de la necesidad de hacerlo de cuando estás sola, sin pareja o sin una pareja sexual el tener, eh, ganas o deseo o de estar con una persona o deseo de sentir placer entonces, sí, se habla de masturbación" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

En el ámbito del círculo social así mismo se resalta la masturbación como una broma; afirmaciones como: "creo que, con el tema de los amigos, a veces la masturbación es un hecho que los hombres lo toman como un chiste y que para las mujeres es como un tabú muy general" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

En el ámbito del círculo social la masturbación sobresale como una broma, en relación con el sexo opuesto, esto destaca una carga de estereotipos de género que devalúan la sexualidad femenina al mismo tiempo que exalta la masculina; esta clase de comentarios pueden ser discursos normalizados dentro del contexto estudiado al ser un contexto regido por altas cargas religiosas cristianas conservadoras.

Dentro de la percepción femenina también destaca el tratamiento de la información de sexualidad dentro de círculos sociales femeninos cercanos fortalece la confianza de la experimentación, se plantea como una necesidad el placer. Finalmente, de se destaca el hecho de que este tema ha sido poco informado dentro de vínculos familiares.

En la generación Z se puede evidenciar que la carga moral sexual hacia las mujeres y especialmente hacia la mujer homosexual "dentro de la familia es súper, era como que no se tocaba el tema, pero nosotros sabíamos que ellos sabían y ya sabía, sabíamos, pero como que haríamos como si no existe" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022).

Sin embargo, dentro de círculos sociales la masturbación femenina es tratada con mayor

fluidez y normalidad; así en uno de los testimonios se señala "normal, como que es algo que cada quien hace por su cuenta. Así obviamente, todo normal. No le dimos mucha importancia" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022).

Se da un proceso de asimilación de normas sociales transgresoras a nuevas normas sociales tradicionales, influenciada por cambios de valores sociales; en este sentido destaca que generacionalmente ha habido una constante inconformidad por normas tradicionales y valores con altas cargas morales basadas en ideologías religiosas cristianas, al mismo tiempo el mayor acceso a tecnología y diversa información con respecto a sexualidad y empoderamiento sexual especialmente el femenino ha llevado a que nuevas generaciones perciban este cambio de ideas como "normales" percibiéndolas como legítimas .

La influencia de diferentes factores como movimientos sociales vinculados a feminismos, así como la conectividad global han promovido la apertura a nuevas ideas y nuevas prácticas. Se evidencia como desde las generaciones más antiguas siguen tratando de reproducir modelos normativos heteronormados en constante conflicto con generaciones más jóvenes. Los medios tecnológicos comunicacionales han sido uno de los medios de difusión más grandes y uno de los agentes socializadores más importantes, así también son uno de los medios con más contenido sexual y con mayor accesibilidad; el medio en sí varía mucho el tiempo y el contexto, pero, sin lugar a dudas el medio con mayor cantidad de contenido son los medios tecnológicos. En lo referente a la masturbación ha sido una herramienta recreativa de creación de imaginarios en este sentido mayoritariamente idealizan un objeto de deseo tanto como un idealismo de los cuerpos, difunde representaciones de dinámicas de relaciones de poder a partir de discursos patriarcales.

En este sentido se comprueba como una de las principales búsquedas a nivel del país es la pornografía; como ya vimos anteriormente en el marco conceptual; para la generación Baby boomer de hombres ha pasado de ser mero entretenimiento a llegar a ser tomada como una fuente ilustrativa de sexualidad de innovación para el placer; los mismos han afirmado haber hecho uso de varios medios para la obtención de contenido pornográfico como un primer acercamiento al cuerpo de la mujer.

A través del tiempo también según las limitaciones de los diferentes medios de información, especifican en la generación Baby boomer que gracias al limitado acceso a información de medios tradicionales se tomaba como referencia presentaciones de cuerpos femeninos estereotipados que aparecían como una serie de comerciales en revistas y periódicos de la época. Este tema será tratado posteriormente respecto al análisis de contenidos de esos mensajes en los medios. Estas mismas representaciones eran abiertamente compartidas dentro de círculos sociales creando expectativas de cómo debería ser un cuerpo femenino.

Con el constante avance tecnológico comunicacional afirman "que hay vídeos de todo" también afirma que el contenido de búsqueda en internet en la actualidad son contenidos "en un sentido un poco más orientado hacia, digamos, cierto nivel de instrucción y cierto nivel pornográfico erótico" (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022).

Si bien dentro de la generación Baby boomer a partir de la vivencia se ha despegado de este ideal corporal percibido en una etapa adolescente el mismo también ha hecho de medios tecnológicos como parte de innovación de prácticas sexuales, considerando la misma tanto instructiva como recreativa. Hay que tener en cuenta que este medio ofrece material con información visual detallada algo significativo viniendo de un periodo en el que el acceso a información era bastante escaso.

Para los hombres de la generación Millennial podemos ver que se tiene la consideración de la pornografía como instructiva dentro de la vida personal sexual individual, la frecuencia de búsqueda llega a ser "diariamente" en el caso de un entrevistado de 30 años de edad, así como también uno de 26 años asegura que sus búsquedas son "Muy frecuentemente".

Las búsquedas realizadas con más frecuencia son dirigidas a contenido pornográfico tanto en imágenes como en videos. En este punto se destaca el porno como un medio meramente para llegar al placer individual y en pareja, dentro de la búsqueda del porno se considera como una enseñanza "ilustrativa" para poder innovar en prácticas sexuales.

"La verdad es que sí considero instructiva la pornografía, porque me gusta, o sea, siendo placer, viéndolo, pero al mismo tiempo desde hace no sé exactamente cuánto tiempo, pero hace un par de años, por ejemplo, comencé a darme cuenta cuando estos videos es como que comencé separar al menos en mi cabeza, lo que es algo ficticio que es normalmente la porno es eso es un rol que cumplen actores y no es tanto no es el acto sexual como tal. Entonces yo siento que satisfago netamente parte del placer que a veces busco, que es lo que me gusta y la parte cognitiva. A veces aprendo un montón. Por ejemplo, hay un montón hoy en día porno ilustrativa literal en la que te enseñan ciertas cosas. Me entiendes, cosas que yo digo, si hubiera tenido esa edad, digamos 14, 15 años, y hubiera visto estos vídeos, hubiera cambiado la vida. Entonces, en ciertas partes, sí" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

La generación Z de hombres por su parte asegura haber consumido una alta frecuencia de pornografía en la adolescencia:

"Cuando estaba adolescente y hasta mis 20 y finales de mis 19 años creo que ahí como que buscaba full, o sea, tampoco todos los días, pero, pero al menos veía o sea como que en la actualidad, no mucho. O sea, ¿qué sé yo? Una vez cada tres cuatro meses de vez en cuando" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

"Bastante, creo alguna, alguna época en mi vida capaz todas las noches" (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022).

Así mismo la implicación de estar con una pareja sexualmente activa influye también en la frecuencia del acceso a este tipo de contenido, así lo asegura uno de los entrevistados:

"Como que cuando tienes una pareja sexual o si tenías una pareja emocional como queya no tienes mucha necesidad o más bien si lo hacías con esa persona no solo" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

Aquí, también existe una ruptura con respecto a la percepción que se tiene de la pornografía pues en este aspecto la caracterizan como no instructiva, y la determinan meramente dentro de un ámbito de entretenimiento: "creo que entretenimiento ya eróticamente de ley más de entretenimiento" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

"No, no tiene ninguna instrucción. Solo es algo carnal que alguien grabó así súper exis, no puedes instruirte de eso porque todas las personas son muy diferentes." (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022).

La disminución del consumo de pornografía cuando los hombres tienen pareja es relevante en el sentido de que se espera la satisfacción sexual mutua a través de intimidad compartida en lugar de ser un acto individual motivada por estímulos visuales, aunque si bien esta puede llegar a ser una herramienta instructiva, esta también puede llegar a generar incomodidad. En este punto se destaca evidente la puesta en escena más allá de lo erótico, como una actuación poco realista de las relaciones sexuales reales.

Las mujeres de la generación Baby boomer señalan no haber tenido ningún tipo de acercamiento con respecto a tecnología y material erótico o pornográfico, ni siquiera en la actualidad, contraria a la vivencia de los hombres que han tenido un relacionamiento con medios más tradicionales desde edades tempranas; por su parte las mujeres, lo denominan como "No necesario".

Dentro de la generación Millennial por su parte sí se tiene un acercamiento a esta clase de contenido por medios tecnológicos; una entrevistada lo caracteriza como "muy sobreactuado" y sobre todo "violento".

"No es igual ver pornografía y tratar de imitar esas cosas, porque creo que son muy sobreactuadas y que la reacción obviamente no va a ser la misma y que a veces, por ejemplo, se utiliza mucha violencia dentro de la pornografía que eso tratar de transmitiren una relación real puede ser no satisfactoria" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

La entrevistada percibe como limitada la instrucción que se puede presentar en la pornografía, como una forma de innovar el acto sexual. Se resalta como "exagerada" la expresión del placer dentro de las relaciones sexuales. Dentro de este material resaltan las obvias

relaciones de poder que ponen en una posición subordinada a la mujer a expectativas del placer masculino; a la vez resulta relevante como, estas representaciones son percibidas como violentas e insatisfactorias desde el lado femenino.

Confirmando lo señalado sobre este tema en el marco teórico, respecto a la pornografía hay que señalar que varios de los entrevistados señalan que existen representaciones exageradas de género donde los hombres son presentados como hipersexuales y dominantes mientras que las mujeres presentan papeles de sumisas y complacientes. Estas representaciones refuerzan expectativas tradicionales de roles de género dentro de la intimidad que influyen en cómo las personas expresan el placer sexual.

"Yo pienso que, en la pornografía, si es instructiva hasta cierto grado, porque a ver, no aces sabiendo como tener relaciones sexuales y la pornografía te da un a ver un leve uso de la creatividad de como innovar en posiciones en mi experiencia. Ahora, lo que sí es muy, pero muy sobreactuación es la reacción. O sea, de ninguna manera alguien va a estar gritando como loca en ciertas posiciones" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

Igualmente, la segunda entrevistada de la generación Millennial destaca la fijación en una relación sexual falocéntrica en donde a la mujer se presenta en una situación de desventaja frente al hombre:

"A ver, tenemos que entender algo; el porno tiene una sola línea y es lo que pasa en todo el porno anal, vaginal, todo ya. El porno tiene una línea imaginaria en donde dos personas que no son pareja que se encontraron en la calle que le fueron a arreglar una plomería que fueron a arreglar una casa. Tienen una relación sexual casual brusca y a recordemos que el porno no es amoroso ya el porno es brusco. Todo lo que ves en el porno es jalones, tirones, nalgadas, penetraciones extremadamente fuertes. Entonces, yo creo que el erotismo tiene que ver con la búsqueda más la imaginación porque yo creo firmemente que no hay erotismo simplemente al verlo" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

Lejos de la idea meramente visual explícita, el porno, para el lado femenino se enfoca en un despertar de la sensualidad y la excitación, como una exploración de la fantasía, relacionado al ámbito de la estimulación mental y emocional. También podemos destacar que la frecuencia de la búsqueda de contenido pornográfico de una de las entrevistadas se da mayormente cuando se encuentra sin pareja.

En este aspecto hombres y mujeres relacionan la frecuencia del consumo de la pornografía con la sexualidad activa, es decir si se encuentran con pareja ya sea sentimental o meramente sexual este consumo disminuye caso contrario aumenta.

Sin embargo, se destaca el porno a un nivel instructivo con objetos o en situaciones que son externos a las relaciones sexuales, pero que sirven para las mismas por ejemplo destaca:

"Sí, aprendes ciertas cosas. Por ejemplo, creo que es muy normal a las personas que hemos ido por primera vez a un motel llegamos y vamos al sillón y es como que, ¿qué putas hacemos ahí? Entonces, yo creo que el porno ha sido uno de los principios elementales para saber cómo funcionan este tipo de cosas" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

Existe una variación bastante significativa en la frecuencia de la búsqueda misma que puede llegar a ser "recurrentemente" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022), hasta "raramente" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022), también se puede destacar que el contenido de búsqueda como tal se enfoca hacia "creo que, de todo tipo clásico, pornográfico erótico" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

Ya para la generación más joven, la generación Z la percepción de la pornografía se considera como no instructiva para la vida personal sexual, es así que las búsquedas son más enfocadas en formas de auto exploración, así una de las búsquedas más frecuentes en este sentido es "porno de lesbianas" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022) contenido al que se ha accedido por medio de "Xvideos" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022), que es obtenida con una frecuencia de "casi nunca, la verdad" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022).

Tal cual lo señalaba la literatura especializada revisada, se confirma como los medios tecnológicos comunicacionales han sido un elemento muy importante en el cambio de la percepción y vivencia del placer; desde el ámbito del empoderamiento y autoexploración del cuerpo ha sido muy importante pues las mismas han creado una serie de imaginarios y expectativas al respecto especialmente porque la pornografía ha sido una gran influencia en este aspecto.

Los hombres de las diferentes generaciones han estado en contacto desde edades más tempranas con contenidos pornográficos por diferentes medios desde los más tradicionales hasta medios tecnológicos; la frecuencia de búsqueda de este material es mayor con respecto a las mujeres.

Los hombres y mujeres entrevistados mayoritariamente han llegado a considerar la pornografía como instructiva; para los hombres ésta crea una serie de expectativas idealizadas de cómo se deberían ver las representaciones de placer mientras que las mujeres perciben la pornografía como representaciones cargadas de violencia.

8.6 Influencia de medios tecnológicos comunicacionales en la en la percepción del cuerpo y vivencia de la sexualidad

Se puede afirmar, como ya vimos con anterioridad, que los medios tecnológicos comunicacionales han tenido gran influencia como un agente socializador. Los mismos son emisores de mensajes simbólicos, que presentan una serie de encuadres o framings mismos

que ayudan a un “proceso de transmisión de sentido [...] que va de los medios a la audiencia y de la audiencia a los medios” (Amadeo, 2008, p. 194; Koziner, 2013).

El framing tiene gran impacto en el mundo de la vida, es decir en cómo percibimos y damos sentido el mundo. El mismo construye narrativas que influyen en cómo nos presentamos a los demás en interacciones sociales. La forma en que se presenta la información es de gran relevancia, pues la misma guarda narrativas que influyen en la creación de identidades, influenciada por discursos dominantes. Esta identidad percibida puede ser ajustada a percepciones construidas por estas representaciones.

Así según Gálvez (2021) afirma que “la imagen es la clave”, la puesta en escena de las imágenes presentadas por medios de comunicación es trascendental, las mismas crean difunden e instauran normas sociales e imaginarios sociales presentando una “identidad social” conformando imaginarios colectivos.

Estas representaciones estereotipadas difunden un modelo idealizado de lo normal, lo bello y lo esperado, hablar de publicidades es “hablar de apariencias, de lo que es agradable a los ojos” (Fanjul Peyró et al., 2019), se basan en estereotipos idealizados de belleza mismos que son encargados de una “transmisión y consolidación de los nuevos valores predominantes en la sociedad actual” mismos que, respecto al género, corporalidad y sexualidad, pueden ser roles estandarizados, culto al cuerpo, binarismos, etc.

Así es pertinente destacar como son estereotipos que se han planteado a través de las generaciones y sí ha tenido algún cambio a través de las generaciones de hombres y mujer. En el caso de la generación Baby boomer de hombres nos dicen que son para una mujer "delgada, de buenos pechos, buen trasero, buenas piernas" (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

"Me he topado también, como con mujeres, que a lo mejor su aspecto físico es un poquito más brusco, por ejemplo. Y digamos que a veces juegan un fútbol, sí. Y tienen las piernas gruesas o las pantorrillas gruesas y yo, al menos, en mi forma de ver no se las ve tan bien y creo que, por ese lado, así debería ser bastante, femeninas, delicadas en ese aspecto" (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022).

En el caso de los hombres es “hoy en día cuerpo delgado, musculoso y principalmente que tenga dinero lamentablemente la verdad hoy en día, no importa hasta cómo te vea, siempre y cuando tengas dinero” (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

"Ser siempre un poquito, la parte física, obviamente robustos, no ser tan aguados como tener siempre fortaleza. Y siempre le veo un carácter, más duro que el de la mujer. Sí, y en ese sentido nos diferenciaría un poquito" (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022).

Personalmente el entrevistado destaca los rasgos femeninos que son más atractivos de una

mujer como "el cabello y los ojos de una persona, la fisonomía de su rostro sí, cabello largo" (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

En la generación Millennial de hombres podemos evidenciar que sigue habiendo una transmisión de ideales de estereotipos de expresión de feminidad y masculinidad tradicional que se transmite también en la creación de las idealizaciones de cuerpos de hombres y mujeres.

"Siempre buscan al chico alto, guapo, ojos verdes que sea risueño simpático, que vaya al gimnasio, que no tome y solo pasan en fiestas, cosas así" (Hombre 26 años, entrevista, 15 septiembre de 2022).

"Para mí siempre ha sido como una mujer que sea de baja estatura, gordita, cariñosa, divertida y que tenga muy buen sentido del humor, porque yo soy muy sarcástico" (Hombre 26 años, entrevista, 12 de septiembre de 2022).

"En mi caso particular toda la vida me ha gustado los cuerpos un poco más voluptuosos hoy en día las aplicaciones se encuentran la mayoría de chicas así como que medio encaja por ahí conmigo" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

La Generación Z hombres, tampoco es la excepción de la transmisión de estereotipos en este punto se sigue evidenciando las determinaciones de masculinidad y feminidad en la representación del cuerpo.

"O sea, en hombres pues creo que típicos chicos, six pack, alto de metro ochenta para arriba y musculoso o al menos formado, digamos, y en las chicas con sus atributos y delgadas" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022). "Lo de siempre cara bonito cuerpo bonito y ya el resto no importa si eso tiene" (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022).

Dentro del imaginario idealista de las mujeres de la generación Baby boomer continúa teniendo la misma réplica de estereotipos con respecto a los hombres de esta generación. Para las mujeres se tiene presente "la mujer súper flaquita con la cintura de tal manera" (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022). Para hombres se destaca "muy, muy musculoso" (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022).

En las mujeres de la generación Millennials existe la referencia de "venta de modelos ideales", mismos que desde el punto de vista femenino se espera o se idealiza llegar a ser o se idealiza llegar a tener este modelo masculino:

"Eh, normalmente, sobre todo, la comercialización nos vende hombres de un metro ochenta, músculos de grandes piernas y grandes brazos, lo que un hombre debe tener para poder suplir la necesidad sexual. El ideal de un cuerpo de un hombre es haber primero que sea alto y musculoso y bonito. Y yo creo que también se camufla mucho lo bonito sobre los músculos,

pero sí, bonito" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

En las mujeres, hablamos de mujeres altas de piernas firmes de cuerpo, de senos agrandados de cintura pequeña y de trasero ser grande" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

"Yo pienso que es un poco siempre va a estar presente el ámbito de la delgadez. De la delgadez sí, de la delgadez de que tenga buen rabo buen busto así" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

A base de estos idealismos también se han creados modelos de parejas estandarizadas mismas que detalla una de las entrevistadas:

"Nos plantean que siempre nuestra pareja para las mujeres nuestro novio tiene que ser más alto que nosotras más fuerte que nosotras para que nos pueda cuidar y proteger. Y tiene que ser muy cariñoso. Muy detallista entonces nos han estereotipado muchísimo y nosotros vivimos en la búsqueda constante de alguien que cumple el rol de nuestro papá y no está bien. Y en el caso de las mujeres, el resto de los hombres les han dicho que las mujeres tienen que ser cuidadosas, vanidosas, arregladas esbeltas. Para poder ser un buen ejemplo. Si algún día decides casarte con esa mujer" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

Desde la perspectiva de la generación se puede evidenciar igualmente la presencia de modelos idealizados de representaciones de cuerpos de hombres y mujeres.

En el caso de los hombres "les presentan musculosos flacos que tienen una carita así impecable y en la vida real no son así, son flacos y panzones" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022).

Para las mujeres el modelo sería "que sea delicada, que no hable malas palabras y que tenga cabello largo. Que se maquille el cuerpo que se vistan de rosita así" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022).

Se acentúa una materialidad corporal referida como "un sujeto de culto, en un bien de uso y consumo sobre el que recaen expresiones simbólicas y figurativas de la perfección y la felicidad" (Fanjul Peyró et al., 2019), al ser los medios tecnológicos comunicacionales un poderoso medio de difusión de información y un poderoso agente socializador, se convierte en un intenso "instrumento de aprendizaje de conductas y de creación de modelos. Las nuevas actitudes, valores y creencias son transferidas a través de los modelos sociales mostrados y, al interiorizarlos, generan percepciones y conductas reales por las que se rigen hombres y mujeres y que adoptan como lógicas y naturales" (Peña & Gualteros, 2017).

La publicidad tomada como referencia como una de las herramientas más utilizadas al tener un alcance masivo, "se alimenta de las construcciones metafóricas sobre el cuerpo y la sexualidad que han sido consensuadas y estereotipadas socialmente" (Fanjul Peyró et al., 2019). De igual manera es pertinente mencionar que "el uso del lenguaje y el impacto que

tiene en la vida de la mujer, este ha dejado huella en el contexto social y cultural a lo largo de la historia, impactando en aspectos tales como son, el cuerpo, la sexualidad, la culpa y los cambios biológicos de la mujer (Miranda, 2023).

La sexualidad se ha construido en un saber que conforma las maneras en que pensamos y entendemos el cuerpo, y los discursos sobre el sexo se entienden como dispositivos de control sobre los individuos, no tanto basados en la prohibición o en la negación, sino en la producción e imposición de una red de definiciones sobre las posibilidades del cuerpo (Fanjul Peyró et al., 2019).

Es pertinente evidenciar cómo los medios tecnológicos comunicacionales han influido en las dinámicas de parejas basadas en los ideales del cuerpo establecidos por los mismos y difundidos a nivel masivo. La generación Baby boomer de los hombres ha pasado a tener cada vez más contacto con medios tecnológicos, con esto a redes sociales, internet y a su vez aplicaciones para mantenerse en comunicación es así que se destaca:

"Tik tok Facebook se llena de mujeres o de hombres que se toman fotos los pocos semi desnudos para llamar la atención, pero se olvidan de lo que realmente cuenta que es la persona en sí" (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

Se destaca una influencia de los medios de comunicación respecto al cuerpo de las personas en este caso relatan:

"Claro que te influyen es que siempre va a ver que una persona que tiene un cuerpo más formado es mejor que una persona que no tiene un cuerpo más formado" (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

"Claro, pienso que hay gente que están mucho más abiertas, entonces un grupo de rockno como se llama, una canción que se llama Beggin, la mayoría visten como mujeres, entonces me doy cuenta de que hay una tendencia bastante, no solo un género musical, sino hasta otros géneros que antes no se daba de esa manera. Nosotros, supuestamente los rockeros utilizábamos calaveras para el hecho de no distinguir que no sea ni hombres ni mujeres, o sea, nos interesaba, pero ahora no. Ahora hay una tendencia. No sé si decirlo si existe la palabra el gaysismo no sé. Obviamente que influye en los chicos se puede notar porque ya vienen maquillados, o sea, hasta pintados. Creo que algunos se pintan los labios, no, para resaltar. No sé qué. Entonces creo que hay una influencia bastante abrumante" (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022).

Se destaca una fuerte percepción de cambio de las generaciones a través del tiempo, a su vez dentro del imaginario de las generaciones más antiguas causa resistencia la integración de prácticas consideradas como femeninas en hombres; desde un punto de vista micros social ha incidido sobre la percepción del cuerpo: "yo me siento bien. No soy un cuerpo delgado,

soy grueso y textura gruesa, pero no, lo siento. Bien" (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

En el caso de las mujeres desde una perspectiva micro social ha sido causa de inconformidad de sus cuerpos: "no me siento conforme, porque, ahora recién tengo muchas enfermedades. He bajado mucho de peso, ¿eh? No me veo bien" (Mujer 59 años, entrevista, 14 de septiembre de 2022).

La generación Millennial resalta una influencia de medios tecnológicos comunicacionales tanto positivos como negativos, refiriéndose a que no se tiene certeza de la veracidad de imágenes presentadas:

"Totalmente equivocado porque tú subes es una foto a la red social y no subes lo que eres, sino cómo quieres verte la edición personas que se tunean con Photoshop y suben una foto, ósea, Es el ideal de ti mismo, pero no es lo que eres tú, sino que solo subes una imagen para que todo el mundo te vea y luego, cuando te vean en persona, no eres el de la foto" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022).

Por otro lado, se da la creación de idealismos asociados con una vida saludable y exitosa, este es un modelo publicitario, asumido por hombres y mujeres interiorizado y "cuanto más alejado está este ideal de su realidad corporal, existe más insatisfacción" (Fanjul Peyró et al., 2019).

"Digamos que, ha influenciado en cierta manera positiva, porque, por ejemplo, yo sigo montón también de modelos hombres y modelos mujeres. Y veo el estilo de vida que llevan. Entonces, a mí me gusta, por ejemplo, amo el gimnasio, amo el ejercicio y tengo como que una proyección de mi cuerpo, pero es, algo que me gustaría retomar por el tema estético, pero más que por el tema estético por el mismo tema de salud. Pienso yo. Te digo, por ejemplo, hoy en día, digamos, no tengo el cuerpo como me gustaría estar, pero me gusta hacer ejercicio. Me gusta alimentarme de manera sana" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

Para las mujeres de la generación Millennials resaltan que la información dentro de la red muy diversa y muy dispersa:

"Creo que es depende de lo que busques ya porque siempre la información tiende a estar de los dos lados. Y podemos encontrar páginas en donde está la idea de que los cuerpos gordos, flacos, altos, bajos son parte normal de los hombres son parte normal de las mujeres, pero también vamos a encontrar el contenido en redes en donde nos venden cómo bajar 10 kilos en una semana o cómo verte mejor, cómo entrar en una faja o cómo comprarte un vestido que te resalte tus curvas. Entonces, creo que depende muchísimo del contenido que te consumas y de quienes estén a tu alrededor. Sí, hay mucho contenido que nos ha ayudado a deconstruirnos, pero ese mismo contenido hasta cierto punto, ha sido usado para generar

todavía esa idea de que tenemos de encasillarnos en ciertos aspectos" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

"En Instagram se vende mucho la propaganda de la vida fitness, por ejemplo, nos siguen presentando cuerpos perfectos, pero bajo una idea de chévere ir al gimnasio a chéverecomer bien, yo como pucha todas las mañanas, un batido de guineo con leche de coco y de pan con aguacate y granola, por ejemplo, ya. O sea, siempre como que, si se vendetambién el cuerpo, pero también se vende la estética de la comida y todas estas" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

En este punto, sin lugar a dudas, también está presente el idealismo de la vida saludable vendida en los medios comunicacionales, mismos que se imponen como una moda, que se fija mucho en un capital simbólico refiriéndose "sistema duradero de disposiciones y prácticas que suponen unas expectativas concretas, unos gustos, unos valores, costumbres, etc" que representan éxito; sin embargo, también se ha desarrollado una violencia simbólica misma que invisibiliza "la variedad de los cuerpos normales, reales, especialmente de las niñas, es ignorada, en su lugar, se presenta dicho canon de belleza como el ideal a alcanzar para toda aquella que desee tener una vida buena, para ser aceptada y lograr el éxito social que dará paso a la felicidad".

"Las redes sociales y los medios de comunicación siempre tienden a tener, sobre todo, mucha violencia simbólica, porque seguimos viendo, por ejemplo, tú vas a un lugar en donde venden ropa y ves cuerpos perfectos que están en esa ropa y buscas tallas y no llegas y te vas como ese cuerpo. Vas a redes sociales y subes una foto tuya. Hay gente que le pone me divierte y eso puede dañar el auto estima de la gente, no de todos, pero sí, entonces no tienes la libertad plena. Por eso muchísimas veces cuando tú entras a ciertas aplicaciones o redes sociales, ves fotos perfectas y ves cuerpos perfectos y sales a una cita y te das cuenta que no es así. Entonces, las redes sociales también nos han llevado al punto de ocultar quiénes somos con tales sentirnos aceptados" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

En esta misma línea se considera los medios tecnológicos como volátiles, el marco de la información que se presenta va a estar determinada por ciertas tendencias del momento; sin embargo si destacan dos formas de entender y representar el cuerpo por un lado está el aspecto apegado a una "vida saludable" y por el otro está un aspecto que difunde la aceptación de la diversidad de los cuerpos "reformulando las percepciones de la imagen corporal de una manera más positiva" (Kelly & Daneshjoo, 2019) como el "Body positive".

Desde la percepción de las entrevistadas se evidencia todos estos idealismos del cuerpo al momento de encontrar pareja, así nos relata:

Sí afectan estas ideas, y no, porque cuando nosotros buscamos como nos han dicho, siempre

lo que te enseñaron en tu niñez te va a afectar, entonces tú estás conociendo alguien súper inteligente, súper pilas, dices, pero no está bonito. Y vuelves a algo que te encasillaron. Oh, un chico está conociendo a una chica y la ves y dices, pero no están flaca como debería estar. Entonces sí, y no o sea, es como que las cosas que nos enseñaron de niño, si nos llegan a pesar en el momento de tener una relación, una relación real" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

Algo que también resalta en este idealismo de pareja es un rasgo alejado de la masculinidad, se busca un rasgo de sentimentalidad desde el lado masculino:

"Pienso que, si somos un poquito más, como que no sé, nos han enseñado a hacer un poquito más sentimentales, menos estéticas. Entonces yo pienso que sí, buscamos algo parecido, pero no, no es que nos perjudiquen, no encontrarlo, sino buscamos algo más como que una persona más cariñosa, más apegada. Sí. Entonces pienso que eso sí" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

Desde un punto de vista micros social la influencia de medios tecnológicos comunicacionales en mujeres de la generación Millennial se traduce en una lucha constante por aceptar su cuerpo a pesar de estar bajo presión de lineamientos de ideales.

"Yo pienso que, en algún momento, sí me afectaron los cánones de belleza de los medios, yo siempre fui delgada, pero no fui nunca rabona o nunca pechona cuestiones así. A ver. Sí, me llegaba a perjudicar a mí y dentro de mí. O sea, sí, sí, era como que me decían ah, eres una tabla o cosas así, pero yo creo que, con la edad dejas de sentirte así. O sea, tu círculo también evoluciona y no es algo como que te perjudique a largo plazo" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

Dentro de la generación Z aparece a relucir dentro de los medios tecnológicos el movimiento de "Body positive" como una influencia activa:

"En el tema de las redes sociales existe el de los cuerpos bonitos. Claro. También hay otros... Uno que otro perfil, así como que amate como eres así. Y veo un cuerpo, digamos, entre comillas, no tan perfecto, pero sí te influencia. O sea, depende también de la mentalidad de la persona que vea. Pero he visto amistades o conocidos que al menos sí se han visto afectados por eso" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

La idea de la oda al cuerpo se va interiorizando de generación en generación: el cuerpo como un medio de presentación al mundo, pero este tiene una carga de lineamientos que cumplir, así como también modelos de vida por su parte según un testimonio asegura que la influencia a sido "sí, positiva. Sí. Capaz para verme un poco más marcado. No me gustaría ser súper musculoso, me parece medio feo esto, pero sí, flaquito marcado igual soy flaco, pero por estar más" (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022).

El movimiento del "Body positive" se ha implementado con el tiempo en publicidades, como una forma de intervenir en el ideal del cuerpo perfecto haciendo que este deje de tener prioridad al momento de encontrar pareja y empieza a relucir una forma de empoderamiento y responsabilidad afectiva:

"Sí, con el tiempo si ha cambiado de hecho, también podemos ver en campañas como Adidas y Nike que ya no sale la mujer que tiene la curva perfecta y todo eso, y es más real la campaña, pero a la vez no es bueno porque el estar un poco el estar gordito o cosas así no está bien, más, por el tema de salud, pero también es bueno por qué es algoreal. Es algo que todo está no, ya no te ponen esa modelo. Te ponen alguien real" (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022).

"La imagen es muy invasiva. El ideal en todo lado y va por años va cambiando. El año pasado era el de que todos los cuerpos son bacanes todo de moda eso se puso full de moda. Ya sea en Insta o en Tik Tok que es lo que todo el mundo que tiene yo tengo. Entonces te aparece cualquier vaina de que es positivo que bla. Pero ahora otra vez lode ser súper flaquita otra vez de moda. Entonces es como que yo tuve un pasado así con la parte de peso y cosas así cuando era chiquita. Entonces, ver esto es como que una parte de mí no lo supera como que otra vez entonces es chocante. Bien chocante entonces" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022).

A nivel micro social la tecnología sí tiene influencia sobre la percepción individual de los cuerpos, los mismos que relatan:

"Mmm. Yo pienso que. Que no, pero pienso que a mí me hubiese afectado mucho, por ejemplo, porque esto de del cuerpo perfecto, al menos, al menos para mí, siento que empezó a crecer como que desde 2019 para arriba en redes sociales. Si esa misma ola de cuerpo perfecto me hubiese agarrado por ahí por el 2013, 2015 creo que, si me hubiese afectado, sí, porque yo en ese tiempo, sufría bullying. Entonces, justamente porque era bien gordito hasta mis 11, 12 años creo que me hubiese afectado mucho" (Hombre 22 años, entrevista, 14 de octubre de 2022).

En este sentido desde el lado femenino la influencia de los ideales del cuerpo sí se destaca como un elemento que ha afectado al momento de encontrar pareja así pues destacan

"Es que, como digo a veces, o sea en la televisión o en cualquier lugar, presenta que la mujer tiene que ser 80, 90, 60. Y pues, los hombres buscan eso, claro" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022).

"Ah, sí, sí. Que lo que pasa es que yo soy muy flaca ya. Y ya pues no, no tengo chichis ni nalgas. O sea, a veces si me he sentido mal por digamos sí, hay hombres que son tan crueles que te dicen ay, tú eres una plana. Que no sé qué. Entonces, eso" (Mujer 25 años, entrevista,

24 de septiembre de 2022).

Las representaciones de los estándares idealizados de cuerpos tanto femeninos como masculinos a través de las generaciones y a través de los diferentes medios se ha ido manteniendo. El imaginario colectivo sobre el ideal corporal no varía de generación en generación ni de hombres a mujeres se tiene una percepción clara de lo deseado.

La implantación de este modelo idealizado como objeto de deseo ha afectado a un nivel de empoderamiento del cuerpo mismos que desde la autopercepción de las mujeres y hombres se siente como insuficientes o inconformes con su cuerpo por no cumplir con estos estándares, así mismo las mujeres se han percibido rechazadas por no cumplir con los ideales estéticos esperados.

Las representaciones visuales crean una internalización de estándares como normativos como aquello esperado a llegar a ser por lo que medios también se ajustan a esto refiriendo contenido orientado a dietas ejercicios todos estos métodos para lograr cumplir con la expectativa de “cuerpo perfecto”. En este sentido se destacan dos posturas por un lado la amplificación de representaciones de estereotipos de género normando cuerpos musculosos para hombres y delgados y voluptuosos para mujeres limitando la diversidad de expresiones corporales.

Por otro lado, también resaltan en nuevas generaciones nuevas expresiones estéticas corporales asociadas con características tradicionalmente consideradas como feminizadas como la utilización de maquillaje, aunque a pesar de que nuevas generaciones tienen estas expresiones existe una constante confrontación con la generación más antigua (Baby boomer) considerándolas como inapropiadas.

Es así que en este sentido cabe un análisis más a profundidad a nivel histórico de las representaciones de modelos reproducidos por medios de comunicación tradicionales tanto como tecnológicos en este sentido es importante entender la construcción social del cuerpo que se da en dos sentidos según Espeitx (2006) “uno objetivo o físico, que lo moldea y define, y el de la imagen corporal que le da sentido y función a esta construcción” (Valenzuela Gutiérrez et al., 2019).

Esta construcción de la imagen corporal funciona en tres dimensiones “primero la identidad - el nosotros con, frente y para los otros; segundo la autopercepción -el nosotros para nosotros- y tercero el atractivo sexual” (Valenzuela Gutiérrez et al., 2019) esta expresión de la imagen corporal es una forma de transmitir y expresar diferentes factores como por ejemplo estatus social, creencia, roles, etc.

Así los medios tecnológicos comunicacionales a través del tiempo han jugado un rol fundamental para las generaciones ya que a través de estos se transmite una serie de

idealismos de belleza “la forma corporal, la alimentación, el control del peso, así como los roles de género de mujeres y hombres en relación con sus cuerpos” (Valenzuela Gutiérrez et al., 2019).

La información difundida por los medios ha pasado de ser local a ser global el acceso a información de todo el mundo es cada vez más fácil difundiendo modelos idealizados por esto se ha considerado pertinente analizar las imágenes de las publicidades difundidas por los medios de comunicación tradicionales en este caso recurriendo al periódico, realizando una revisión hemerotecaria. El periódico a analizar fue “El Mercurio” periódico editado en la ciudad de Cuenca, también se seleccionó el mes de diciembre de cada año considerando el mismo como uno de los meses más comerciales del año.

Se tomó en consideración la revisión desde el año 1982 hasta el año 2000 abarcando la generación Millennial y Baby boomer mismas que tuvieron más relacionamiento con el periódico; el criterio de selección fue imágenes publicitarias que tengan presencia de actores tanto hombres como mujeres.

De las 111 imágenes publicitarias analizadas, podemos observar que el 78,38%, es decir la gran mayoría son imágenes blanco y negro esto debido al difícil acceso y costo de la impresión a color en los mismos, mientras que el 19,82% son imágenes a color en los que prima los colores rojo y azul a manera de dar más realce a las imágenes; así mismo se presentó un 35,14% de imágenes orientadas hacia artículos de lujo, un 35,14% orientados hacia artículos de venta masiva; también podemos destacar que el estrato económico dirigido con más frecuencia es hacia la clase media/media alta y alta con un 43,24% seguida de una clase media alta/alta con un 30,63%; también destaca una cantidad de 24,32% dirigido a todos los estratos un mínimo de 0,90% dirigido a clase media baja/baja. Las imágenes publicitarias eran dirigidas mayormente a mujeres con un 54,95% seguidas de un 36,04% hacia hombres y con una minoría de 9,01% hacia hombres y mujeres.

Dentro de las imágenes seleccionadas hubo presencia de hombres en un 21,62% de ellas mientras que las mujeres tienen una recurrencia de presencia de un 60,36%; podemos destacar que la presencia de ambos se puede ver en un 18,02% dentro de la misma imagen y se destaca una aparición menor de niños/as con un 7,21 %.

Así mismo se destaca que el 55,86% de las imágenes tiene una constante desvinculación funcional de los actores con el producto, también podemos asociarlo con la constante presencia de cosificación de los actores que destacan con un 69,37%.

Podemos destacar que la mayor parte de imágenes cosificadas son figuras femeninas, mismas que están desvinculadas de la funcionalidad del producto y su presencia solo está en la imagen a manera de llamar la atención o adorno también la puesta en escena de las

imágenes presenta a las mujeres como un medio para realizar la masculinidad.

Tabla 2 Matriz de análisis de imágenes publicitarias. Revisión hemerográfica

Simbolización	Hacia quien va dirigido	Cantidad	Cosificación		Relación con el producto	
			Sí	No	Sí	No
Mujer como adorno	Hombres	15	14	1	3	12
	Mujeres	39	30	9	21	18
	Mujeres/hombres	4	4	0	1	3
Hombre como adorno	Hombres	12	3	9	7	5
	Mujeres	4	1	3	1	3
	Mujeres/hombres	0	0	0	0	0
Mujer Ama De Casa/cuidadora	Hombres	1	1	0	0	1
	Mujeres	12	6	6	6	6
	Mujeres/hombre	1	1	0	0	1
Hombre trabajador/deportista	Hombres	5	4	1	3	2
	Mujeres	1	0	1	0	1
	Mujeres/hombres	1	1	0	1	0
Hombre trabajador/mujer ama de casa	Hombres	2	1	1	0	2
	Mujeres	2	1	1	1	1
	Mujeres/hombre	2	2	0	2	0
Hombre como adorno y Hombre trabajador/deportista	Hombres	1	1	0	1	0

Familia tradicional	Mujeres	1	1	0	0	1
	Hombres	1	1	0	0	1
Mujer como adorno y Hombre como adorno	Hombres	3	2	1	2	1
	Mujeres	2	2	0	0	2
	Mujeres/hombres	2	1	1	0	2

Fuente: El Mercurio.

Elaboración: Propia

De las 111 imágenes publicitarias existen 58 imágenes en la se presenta a la Mujer como adorno, es decir se utiliza la figura femenina sola en la imagen para promocional el producto. De estas 58 imágenes, 15 son imágenes publicitarias dirigidas hacia hombres, de las cuales 14 imágenes presentan cosificación de la mujer, es decir una posición en la que la mujer se presenta manera erotizada o reproduce estereotipos de belleza de delgadez, piel clara, ojos claro, cabello claro; 1 imagen no presenta cosificación de la mujer, también destaca que únicamente 3 imágenes tienen relacionalidad funcional de la mujer con el producto mientras que la mayor parte de imágenes es decir 12 no tienen ninguna relación funcional con el producto ofertado.

Ilustración 4 Imagen publicitaria Mujer como adorno



Fuente: Periódico El Mercurio, 13/12/1987

Ilustración 5 Imagen publicitaria Mujer como adorno



Fuente: Periódico El Mercurio, 3/12/1994

Ilustración 6 Imagen publicitaria Mujer como adorno



Fuente: Periódico El Mercurio, 7/12/1994

Se puede evidenciar también que las 39 imágenes restantes que presentan a la mujer como adorno son dirigidas hacia mujeres de las cuales, 30 de estas representan cosificación de mujeres, en este sentido se reproduce un modelo de belleza de piel clara ojos claros y delgadez, así como la transmisión de la felicidad en la asignación de ambientes de casa que claramente se trata de asignar roles marcados, mientras que en 9 no se reproduce este

modelo. Es importante mencionar que del total de imágenes dirigidas hacia mujeres 21 imágenes sí tienen una relación funcional con el producto, mientras que en 18 imágenes no se representa relación funcional con el producto.

Ilustración 7 Imagen publicitaria Mujer como adorno



Fuente: Periódico El Mercurio, 4/12/1991

Ilustración 8 Imagen publicitaria Mujer como adorno



Fuente: Periódico El Mercurio, 12/12/1996

Ilustración 9 Imagen publicitaria Mujer como adorno



Fuente: Periódico El Mercurio, 23/12/1990

En este punto cabe destacar que existen 4 imágenes dirigidas tanto para hombres como para mujeres de los cuales todas las imágenes representan cosificación; es decir reproducen modelos de belleza tanto para hombres como para mujeres bastante evidentes, también se pone en escena una intención de dominación de la figura masculina y sumisión de la figura femenina y solamente una imagen tiene una relación funcional con los productos.

Ilustración 10 Imagen publicitaria dirigida a hombres y mujeres



Fuente: Periódico El Mercurio, 21/12/1984

Ilustración 11 Imagen publicitaria dirigida a hombres y mujeres

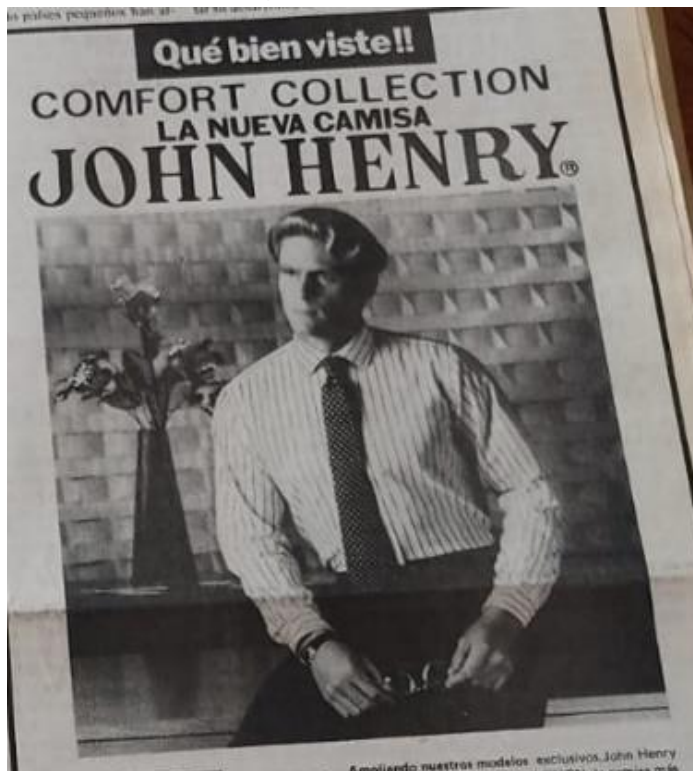


Fuente: Periódico El Mercurio, 22/12/1984

Podemos observar que existe una mayor concentración de imágenes que representan la categoría de mujer como adorno; dentro de estas imágenes se puede observar claramente que las imágenes dirigidas hacia hombres tienen una mayor desvinculación de las figuras con el producto ofertado, contrario a las imágenes que van dirigidas hacia a las mujeres que estas se puede ver una diferencia proporcional en la relacionalidad funcional con el producto, destacan que sí existe una mayoría funcional vinculante con el producto ofertado.

Por su parte la representación del hombre como adorno, es decir hombres que se presentan solos dentro de la imagen publicitaria, están presentes en un total de 16 imágenes publicitarias de las cuales 12 imágenes van dirigidas hacia hombres en 3 imágenes presentan al hombre cosificado; es decir modelos de reproducción de poder superioridad o un rol de género evidenciado y en 9 imágenes no produce cosificación del actor. Del total de estas en 7 imágenes se puede evidenciar relacionalidad funcional del actor con el producto mientras que en 5 imágenes no existe dicha relación funcional.

Ilustración 12 Imagen publicitaria Hombre como adorno



Fuente: Periódico El Mercurio, 15/12/1989

Ilustración 13 Imagen publicitaria Hombre como adorno



Fuente: Periódico El Mercurio, 16/12/1990

Ilustración 14 Imagen publicitaria Hombre como adorno



Fuente: Periódico El Mercurio, 17/12/1994

También se puede observar que existen 4 imágenes dirigidas hacia mujeres dentro de las cuales 1 imagen representa cosificación del actor y 3 imágenes no representan cosificación; así mismo 1 imagen presenta al actor con relacionalidad funcional con el producto ofertado. Es importante mencionar que no existen imágenes dirigidas hacia hombres y mujeres en los que se presente al hombre como adorno únicamente.

La presentación del hombre como adorno se puede ver significativamente menor con respecto a la presentación a la mujer como adorno; así resalta que existe mayor concentración de datos en imágenes dirigidas hacia hombres las que en su mayor parte no presentan cosificación y también en un sentido más proporcional sí existe mayoría relacional con el producto, esto puede deberse a que en su mayoría a la imagen masculina se ven presentados en productos como ropa, autos y bancos.

La representación de mujer ama de casa/ cuidadora se da en un total de 14 imágenes de las cuales 1 va dirigida hacia hombres, misma que presenta cosificación presentando una clase de única felicidad en el cumplimiento de su rol, misma que a su vez no se presenta con una relación funcional con respecto al producto.

Así también es importante mencionar que existen 12 imágenes dirigidas hacia mujeres en donde se presenta a la mujer como ama de casa/cuidadora dentro de estas en 6 imágenes se presenta cosificación de las actrices y en 6 imágenes no se reproduce cosificación. Así mismo proporcionalmente en 6 imágenes se presenta a las actrices en una relación funcional con el producto ofertado y en 6 imágenes no se tiene relacionalidad con el producto.

Ilustración 15 Imagen publicitaria Mujer ama de casa/cuidadora



Fuente: Periódico El Mercurio, 2/12/1997

Ilustración 16 Imagen publicitaria Mujer ama de casa/cuidadora



Fuente: Periódico El Mercurio, 7/12/1992

Ilustración 17 Imagen publicitaria Mujer ama de casa/cuidadora



Fuente: Periódico El Mercurio, 8/12/1995

Finalmente, solo se presencia 1 imagen dirigida hacia hombres y mujeres en donde se reproduce el modelo de mujer ama de casa/cuidadora, esta imagen sí presenta cosificación de la actora y no guarda relacionalidad funcional con el producto ofertado.

La representación de hombre deportista/trabajador se presenta en un total de 7 imágenes de las cuales 5 imágenes publicitarias van dirigidas hacia hombres en las cuales 4 de ellas reproducen cosificación del actor y 1 imagen no reproduce cosificación; así mismo 3 imágenes sí presenta una relación funcional de actor- producto y 2 no presentan esta relacionalidad. Existe 1 imagen dirigida a mujeres en la que el hombre se presenta como trabajador/deportista, misma que no reproduce cosificación y no tiene relacionalidad funcional con el producto; finalmente existe 1 imagen dirigida hacia hombres y mujeres la cual sí presenta cosificación del actor y su tiene funcionalidad con el producto ofertado.

Ilustración 18 Imagen publicitaria Hombre deportista trabajador



Fuente: Periódico El Mercurio, 10/12/1991

Ilustración 19 Imagen publicitaria Hombre deportista trabajador



Fuente: Periódico El Mercurio, 4/12/1985

Ilustración 20 Imagen publicitaria Hombre trabajador/deportista



Fuente: Periódico El Mercurio, 1/12/1985

También hay un total de 6 en donde se puede ver la representación de hombre trabajador/deportista y mujer ama de casa/cuidadora de las cuales dos imágenes van dirigidas hacia hombres de las que una sí reproduce cosificación de los actores igualmente 2 imágenes no representan ninguna relación funcional con el producto. Existe un total de 2 imágenes que son dirigidas hacia mujeres de las cuales 1 reproduce cosificación y, así mismo, 1 de ellas sí tiene una relación funcional con el producto. También podemos observar que existen dos imágenes dirigidas hacia hombres y mujeres de las cuales 2 presentan cosificación de los actores y 2 imágenes tienen una relación funcional con el producto.

Ilustración 21 Imagen publicitaria de hombre trabajador/ deportista y mujer ama de casa/cuidadora



Fuente: Periódico El Mercurio, 17/12/1994

Ilustración 22 Imagen publicitaria de hombre trabajador/ deportista y mujer ama de casa/cuidadora



Fuente: Periódico El Mercurio, 6/12/1987

Existe una mayor presencia de la representación de mujer ama de casa/cuidadora con respecto al hombre trabajador/deportista; en este sentido existe mayor concentración de datos de mujer ama de casa/ cuidadora en imágenes dirigidas hacia mujeres esto pudiera deberse a que existe una clara difusión de roles de género relacionando a la mujer con labores de cuidado, también se puede evidenciar una puesta en escena en las imágenes dirigidas a hombre y mujeres donde es el hombre proveedor de dichos productos para la mujer.

En esta misma línea en el caso de hombre trabajador/deportista hay una mayor concentración de datos dirigidos hacia hombres esto se debe a que se le promociona en productos relacionados con actividades que requieren actividades físicas con productos de construcción o con fondos de inversión y relojes.

La representación del hombre como adorno trabajador deportista se presenta en una imagen misma que es dirigida a hombres y reproduce clasificación del actor y sí tiene relación funcional con el producto.

La presentación de hombre y mujer como adorno lo podemos observar en un total de siete imágenes de las cuales tres van dirigidas hacia hombres en este sentido dos imágenes reproducen cosificación de los factores y uno no reproduce cosificación de los actores; asimismo dos imágenes sí tienen una relación funcional con el producto mientras que una no tiene relación funcional con el producto.

Ilustración 23 Imagen publicitaria de hombre y mujer como adorno



Fuente: Periódico El Mercurio, 13/12/1987

Ilustración 24 Imagen publicitaria de hombre y mujer como adorno



Fuente: Periódico El Mercurio, 20/12/1988

Ilustración 25 Imagen publicitaria de hombre y mujer como adorno



Fuente: Periódico El Mercurio, 5/12/1997

De igual manera podemos ver dos imágenes dirigidas hacia mujeres de las cuales las dos reproducen clasificación de las actrices y dos no guardan relacionamiento funcional con los productos ofertados.

Finalmente hay dos imágenes dirigidas hacia hombres y mujeres en las que una de ellas reproduce cosificación de las figuras y las dos imágenes no guardan ninguna relacionalidad funcional con los productos.

También existe una representación de familia tradicional que se puede ver evidenciada en un total de dos imágenes de las cuales una es dirigida hacia hombres la cual se presenta cosificación de la imagen y una es dirigida hacia mujeres, la cual también reproduce cosificación y las dos no tienen en su puesta en escena ninguna relacionalidad con el producto

Ciertamente podemos observar que hay un mayor cosificación de la figura femenina en imágenes dirigidas hacia hombres, así como una mayor desvinculación con el producto las presentan como modelos de deseo o modelos de idealizaciones de roles de las mujeres; en la puesta en escena de las figuras femeninas cumplen con estándares belleza estereotipadas reproducen modelos de “mujer femenina” como una figura sumisa en función de resaltar la masculinidad, no existe ninguna presencia de feminidad alternativa alejada de dichos estereotipos, al igual que las figuras masculinas se ven presentes como figuras de poder reproduciendo también estándares de belleza relacionadas al trabajo, musculatura, status social; así mismo no existe la aparición de ninguna figura de masculinidad alternativa.

Evidentemente resalta de manera significativa una tendencia al exhibicionismo de la mujer a imágenes dirigidas hacia hombres, despersonalizándolas y ofertándolas como parte del producto que en su mayoría dichos productos son vehículos de transporte o televisión; esto también representa a la mujer como un objeto de deseo y presenta a su vez reproduce una imagen corporal de cómo debería ser la figura femenina. También esta tendencia de exhibicionismo resalta en imágenes dirigidas a mujeres cuando la publicidad es acerca de moda o belleza nuevamente presentando con cuerpos delgados de piel clara. Hay también presencia de publicidades dirigidas hacia hombres y mujeres de productos para bajar de peso en donde en su mayoría presentan cuerpos femeninos presentándolos como indeseables a cuerpos más robustos y el cambio a un cuerpo femeninos delgado presentando como algo deseable.

También existe una evidente puesta en escena de una “familia ideal” misma que está regida a modelos heteronormados; no existe ninguna representación de modelos diversos de familia, la puesta en escena siempre se presenta a la figura masculina como figura de poder rodeada de figuras femeninas.

Las imágenes publicitarias según Morresi (2006) “es formadora y reproductora de imágenes sociales” (como se citó en Ramos & Ramírez, 2021); las publicidades son un espacio en el cual se producen y reproducen discursos simbólicos mismos que tienen la finalidad de

presentar una idea de satisfacción si bien la finalidad puede llegar a ser un bien material el medio en el cual una serie de actores puestos en escena también presenta una idea de satisfacción y bienestar incluyendo modelos idealizados de “vínculos significativos de poder, normas de comportamiento, identidad y organizaciones de las relaciones de género”(Ramos & Ramírez, 2021).

Los medios de comunicación al ser uno de los agentes socializadores con mayor influencia a través del tiempo tienen el poder de lograr perpetuar estos modelos idealizados tradicionales o transgredir estos modelos según Gil y Pérez (2012) pueden “contribuir a fomentar un discurso alternativo sobre el género que tienda hacia la igualdad” (como se citó en Ramos & Ramírez, 2021).

Dentro de la generación Baby boomer se puede destacar gran apego a imaginarios de familias tradicionales y roles de género bastantes marcados, al estar limitados a los medios de comunicación más tradicionales los mismos han tenido un impacto directo de los mismos en la construcción y en la percepción de sus experiencias, creando falsas expectativas que afirman haber tenido.

Los estereotipos reproducidos en este medio presentan de manera clara los modelos idealizados percibidos a través de las generaciones tanto de hombres como mujeres los estándares especificados dentro de las entrevistas se ven claramente plasmados en las imágenes incluso en la puesta en escena en la determinación de roles de género, sin embargo vale la pena resaltar que en la generación Z y en la generación Millennial se ven inconformes con esta determinación de roles tan marcada considerando que los mismos deben ser equitativos mas no designados en función del sexo.

Ahora bien, dentro de los testimonios también se han percibido la utilización de medios tecnológicos como un medio en el cual se ha seguido perpetuando estos modelos, ahora desde diferentes plataformas de redes sociales.

Nuevos escenarios de medios tecnológicos comunicacionales en la vivencia de la sexualidad y placer.

Los medios tecnológicos han acaparado diversas funciones en la sociedad contemporánea abarcando elementos desde educación, entretenimiento e interacción social. Una de los ámbitos en que ha tenido un impacto significativo es el relacionamiento de conquista amorosa, citas en línea, redes sociales que han convertido los espacios de socialización de manera más diversa y accesible.

Los medios tecnológicos especialmente las redes sociales se mueven a partir de la presentación de un perfil personal, “es a través de la imagen que los usuarios logran un mayor impacto dentro de los procesos interrelacionales generados” (Gálvez, 2021) así dentro de las

diferentes redes sociales se ha presentado como un medio para la expresión.

Los medios tecnológicos comunicacionales han construido un punto muy grande en términos de sexualidad; se han convertido en un medio de contacto para experimentar con diferentes prácticas, y poner en tela de duda la misma obligatoriedad de la heterosexualidad. Cada vez hay menos rechazo a la experimentación homosexual sin la necesidad identificarse como tales, sin embargo, desde las generaciones más antiguas a las más jóvenes existe una marcada diferenciación de la percepción.

La generación Baby boomer tanto en el caso de hombres y mujeres aseguran nunca haber tenido algún acercamiento, ya sean estos besos o relaciones sexuales, directamente con personas de su propio sexo. Cabe resaltar que en la etapa de infancia y juventud de esta generación predominaban con mayor peso que en la actualidad actitudes hacia la sexualidad y diversidad de género más conservadoras y limitadas en comparación con generaciones más actuales.

El rechazo a estas prácticas es percibido como producto de un fuerte arraigamiento de normas y enseñanzas religiosas que condenaban la homosexualidad, misma que era sumamente estigmatizada; con claridad la falta de información y de enseñanza dentro de estas generaciones contribuyeron a la intolerancia y rechazo a diversidades sexuales considerándoles como prácticas desviadas.

En el caso de la generación Millennials ya existe una gran diferenciación misma que uno de los entrevistados asegura a sus 19 años haber tenido relaciones sexuales con personas de su propio sexo "fue placentero. No fue igual que como una mujer. Sí, me gustó, pero lo he vuelto a repetir unas dos veces. Yo digo, soy bisexual. Claro. Tengo más preferencia a las mujeres" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022).

Otro de los entrevistados asegura haber pasado cierto acercamiento, sin embargo, no consensuado:

"No por voluntad propia. No una vez estábamos en un after con un amigo, una amiga, y literalmente vino el chico que estaba ahí y algo hablaba cerca de la seguridad de la masculinidad y bla, bla bla. Y en eso, como solo se levantó y me agarró y me dio un picon en la boca, obviamente me retiré porque a mí me da igual todo el tema. Lo respeto mucho para quienes lo platican. Siguen cierta tendencia, ¿qué sé yo? Pero en mi caso, no me entiendes. Es como respeto al mil a todas las personas, pero no comparto obviamente, no práctico. Entonces eso fue lo más cercano a eso" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

A pesar de pasar esta situación su percepción referente al tema fue: "no me pareció algo

tampoco o sea tan malo, entiendes, me dio igual, la verdad" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

Las entrevistadas de la generación Millennial de mujeres también afirman haber tenido acercamientos con personas de su propio sexo: "Yo he tenido haber; no he tenido relaciones sentimentales con personas de mi propio sexo pero sí, he tenido relaciones sexuales con personas de mi propio sexo" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

La segunda entrevistada en este aspecto también afirma que ha tenido relaciones sexuales y una relación amorosa" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

Es evidente la transición de la percepción de la generación Baby boomer con la generación Millennial, se empieza a evidenciar cada vez más una transgresión de la norma heterosexual, abriéndose paso también a prácticas homosexuales especialmente sin que éstas tengan condenas morales internas para los individuos.

Esta innegable transgresión de la heterosexualidad corresponde según Cáceres et al. (2014) a "las diferencias transculturales, desestabilizan lo que se consideraba normalidad sexual, permitiendo una relativización de esta concepción", de este modo se presenta cada vez menos representativa dentro de nuevas generaciones la representación de la heterosexualidad obligatoria.

La generación más joven, la generación Z muestra una clara apertura a la experimentación de la homosexualidad sin condenas basadas en moralidades sexuales judeo cristianas ya sea que los individuos se identifiquen como personas homosexuales/bisexuales o sin la necesidad de alguna identificación: "sí, sí, me he besado con alguien de mi propio sexo. O sea, no beso. Beso, beso, beso así de beso con lengua no. Pico, sí. Normal, no me agrada, pero tampoco me desagradó" (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022). "O sea, sí solo besos" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022).

Los medios tecnológicos comunicacionales como principal agente socializador a través del tiempo han ido variando mucho en aspectos de presentación de productos al utilizar modelos de estereotipos patriarcales tradicionales que tratan de reproducir ideales perfectos claramente estigmatizados, representando varios aspectos de la vida, desde el modelo familiar que difunde un modelo heterosexual, hasta la estética como tal de personas correspondientes a su sexo estos también han sido un elemento de imposición de modas que generan una especie de obligatoriedad dentro de la sociedad.

Al trascender de medios tradicionales como periódicos o revistas a medios en donde la rapidez de la difusión de la información es inmediata, dentro de la sexualidad también ha generado impacto, ya que esta al tener un contenido accesible también ha sido un medio para la experimentación de la sexualidad individual sin restricciones de orientación sexual o

edad.

Hay una ruptura bastante significativa con respecto a la hetero norma de la heterosexualidad obligatoria, misma que ha condenado la orientación sexual en una especie de dicotomía necesaria y obligatoria, y a la vez de mutuo complemento; a pesar de esto el panorama parece haber evolucionado de manera transgresora.

También los medios tecnológicos abren un inmenso panorama al respecto en prácticas sexuales “se encuentran muchas redes sociales disponibles, que abarcan una gran cantidad de intereses y prácticas. Algunas están dirigidas a un público en general, mientras que otras buscan atraer a gente que comparte ciertas características como por ejemplo el lenguaje, sexo, religión, nacionalidad, entre otras” (Lorenzo Romero, Alarcón de Amo & Gómez Borja, 2011; Alegre, 2020).

Las personas se presentan mediante perfiles, mismos los cuales funcionan como una carta de presentación para el resto del mundo esta representación de imagen trata de imitar y transmitir rasgos corporales idealistas como una forma de publicitarse ante el mundo del internet.

El internet ha dinamizado las formas de contactarse con finalidades ya sean amorosas o/y sexuales que, a su vez, también ha generado cambios en las maneras de pensar las relaciones y dinámicas sociales basadas en la inmediatez.

Es así que es pertinente conocer cuál ha sido la percepción de estos medios en la vivencia de la sexualidad y el placer en las diferentes generaciones y como estas se han visto afectadas:

La generación Baby boomer de hombres y mujeres han tenido un progresivo relacionamiento con medios tecnológicos mismos que con el tiempo han evidenciado la diversidad de funcionalidades de medios los cuales son utilizados y destinados para contacto con fines sexuales o sentimentales se afirma haber escuchado de los mismos:

"Por ejemplo, este que le dicen el Tinder y antes, por ejemplo, se había una página que se llamó Hi5. Entonces yo no sabía que eso era para buscar específicamente parejas sexuales, pero. Pero bueno, o sea, sí, he escuchado, pero de utilizar específicamente para eso, no" (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

“Es más, me lo han ofrecido de WhatsApp a través de ciertas páginas y también las cómo les llaman Escorts. Pero algo de eso, oye, me ha llegado ofertas y a veces de muchachas. Inclusive una vez me llegó un mensaje de una chica que me decía que era virgen y cuanto le daba por su virginidad. Sobre todo, cuando un posgrado había un grupo en la universidad que nos metieron en un grupo que era solo para eso netamente para eso una era un grupo cerrado de WhatsApp. Tenía una persona que lo coordinaba y esta persona creo que a la vez

coordinaba con las chicas que voy a estar" (Hombre 58 años de edad, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

Desde la percepción de la generación Millennials los hombres y las mujeres ya tienen más conocimiento de diferentes medios y redes sociales que existen para el contacto con personas; también en este punto destaca la utilización de medios tecnológicos con fines sexuales y sentimentales: como por ejemplo en este caso "Tinder, Facebook, parejas. Eh se me fue, he escuchado unas tres aplicaciones" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022).

"La primera vez con esa aplicación fue porque escuché por amigos todo el mundo hablaba de Tinder se hizo muy común hablar de la aplicación, salía en películas en series, Netflix en todo entonces, era como tener el Facebook, para otro tipo de fin ahora estoy nuevamente sin pareja justo dije es una buena oportunidad para hacer chicas por ahí" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

"Incluso mi primera relación sexual fue con una persona que. Que conocí por medio de... sí de Facebook," (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

Así los medios sexuales más comunes dentro de la generación Millennials de hombres y mujeres es Facebook y Tinder. Es aquí donde se destaca la importancia de la representación del cuerpo en las imágenes presentadas en perfiles dentro de estas páginas:

"Las dinámicas dentro de estas redes siempre es mediante fotografías que te ayudan a la observancia real porque a ver, creo que hay dos puntos súper importantes cuando tú buscas una aplicación de citas y cuando tú usas tus redes sociales como un ancla para cuando tú estás en una app de citas, tú sabes lo que buscas, sexo casual. Cuando tú lo haces a través de tus redes sociales, puedes hacerlo a la situación progresiva, fotos de rostro, fotos de cuerpo, fotos de actividades que poco a poco te van a llevar a la búsqueda de algo más. Por lo menos entablar la conversación a una posible relación sexual" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

Finalmente, en la generación Z de hombres podemos evidenciar una mayor confianza y familiaridad con respecto a la utilización de éstos medios. Al igual que en la generación anterior existe los dos escenarios finales en el contacto de personas por redes tanto sentimentales como meramente sexuales: "pareja, no solo relaciones sexuales, una vez conocí a alguien por redes sociales y hablamos y ya se dio rápido, digamos" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

"Tinder y Bumble una vez me descargué, hice match con unas cuantas mujeres y de ahí ya me desinstalé porque me aburrí igual, yo no quiero nada así" (Hombre 25 años, entrevista,

12 de noviembre de 2022).

En este marco dentro de los círculos sociales la utilización de medios es bastante frecuente "Para relaciones ocasionales" (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022).

Para la generación Z de mujeres también está presente de manera más naturalizada la formulación de vínculos tanto sentimentales como únicamente sexuales mediante diferentes medios tecnológicos, este relacionamiento se vuelve naturalizado al punto de ser un tema común dentro de un círculo social cercano "he escuchado de gente que sí" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022). "Sí he escuchado de Tinder para vínculos únicamente sexuales" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022).

Sigue resaltando los medios más comunes en esta generación como: "Tinder Insta" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022) "Facebook" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022). En el establecimiento de "parejas sentimentales sí y sexuales" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022).

La presencia de redes sociales ha generado también una dinámica de cierto mercado en donde las personas, hombres y mujeres mediante perfiles se publicitan con la finalidad de obtener relaciones ya sean sentimentales o sexuales, estos medios son un instrumento que sirve para "expresar su sexualidad y erotismo abiertamente" (Fierro, 2019).

Es así que según Fierro (2019) "a los jóvenes el mandato monogámico les resulta ajeno o exagerado"; por su parte Marcelo Urresti (2012) plantea que las "ciber culturas juveniles implican nuevas formas de creación y sostenimiento de comunidades afectivas a través de las redes sociales" (Fierro, 2019), las prácticas sexo afectivas no monógamas han estado en constante divulgación y evidenciación mediante redes sociales e internet en general, al presentarse esta nueva alternativa de relaciones sexo afectivas se ve como una posibilidad vivencial dentro de las personas. Según testimonios dentro la ciudad de Cuenca se desarrollan tanto prácticas no monogámicas de relaciones sexo afectivas como de relaciones afectivas, estas han tenido gran difusión a través de las generaciones, se presenta cada vez más interés sobre estas prácticas.

En el año 2016, Winston notó una verdadera "explosión de interés en torno a la no monogamia" (Klein, 2022) y a su vez la disponibilidad de practicarla o tener la curiosidad por hacerlo. En relación a ello observamos que los entrevistados y entrevistadas de la generación Baby boomer perciben que:

"Pienso que sí, pienso que si hoy en día ya la gente no le importa mucho el qué dirán y se abren a lo que tengan que abrirse antes, eran muy escondidos. Ahora veo que no simplemente ponen y soy pareja swinger, por ejemplo, y si quieres chatear conmigo, tienes que tener pareja o cosas por el estilo listo. Pero nunca entrado en esas" (Hombre 58 años,

entrevista, 23 de noviembre de 2022).

"He oído de las relaciones abiertas, pero asumo que es como tienes tu novio y también, puedes, tener otro novio. Pero no me sé mucho de los otros grupos. Nunca he escuchado" (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022).

Sin embargo dentro de esta generación no existe interés alguno de practicar estas alternativas a la monogamia una de ellas asegura "me suena asco" (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022).

Así mismo los medios más comunes por donde se han llegado a enterar de estas nuevas prácticas ha sido a través de "televisión y películas" (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022). "Yo veía en la Rosa de Guadalupe que era muy evidente. En televisión, no hay necesidad de internet ni nada por el estilo digamos que desde lo más básico" (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022).

En la generación Millennial ya podemos ver una transición bastante significativa pues aquí además de ya conocer de estas alternativas resalta una diversidad de perspectivas referente a estas prácticas; por un lado, relatan:

"Me gusta tener mi espacio. Yo, por ejemplo, si mi pareja no me habla todo el día, yo no me preocupo, o si hablamos cada dos días para mí mejor, entonces, por eso me decían que yo para una relación abierta sería ideal" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022).

En este marco aparece la práctica de esta clase de alternativas en la que estaba compuesta por dos hombres una mujer, sin embargo, él relata que terminó el momento de representar una preferencia de una persona hacia alguien:

"Participé en un poliamor. Funcionó mal. Porque bueno, resulta que estábamos estos chicos, una chica y todo iba bien hasta que ella quiso hacer un trío entonces lo intentamos ella dijo que no quería volverlo a hacer, preguntamos más, qué había pasado y me dijo que yo lo hacía mejor que la otra persona. Entonces este chico no le gustó que ella diga eso, dijo aquí queda. Entonces nos quedamos solos. Ella y yo en una relación. Y yo le dije bueno, aquí quedaba bye" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022).

Desde otra perspectiva masculina también nos señala una orientación a la monogamia dentro de relaciones sexuales emocionales:

"Sí, escuchado. Pero no la verdad yo pienso que, eh, a mí no me atrae mucho. La verdad más recién salí con una chica que quiso medio meterme en eso y dije no. Yo siento que, digamos con esa chica le digo solo es como muy algo carnal y no podría involucrarme más allá de eso. Y ella me dijo, pero sí, porque esto el poliamor los swingers y no sé qué bla. Y en el tema afectivo, yo creo que yo, por cómo he sido criado, yo solo puedo entregar mi afecto solo a una persona. Entonces no podría estar involucrado en esos temas" (Hombre 30 años,

entrevista, 5 de septiembre de 2022).

Desde el lado femenino de la generación Millennial también podemos ver esta apertura a la experimentación de prácticas no monógamas las mismas dicen:

“Creo mucho en el poliamor y las relaciones abiertas. Creo que el principio del poliamor es el principio del placer, porque la monogamia no es una situación que ha funcionado durante tantos años el tema del swinger podría ser siempre y cuando haya una corresponsabilidad entre la pareja que se va a prestar a y las personas que vayan a incluirse en el mismo más que por un tema de posesión por un tema de cuidado de enfermedades” (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

Desde el punto de vista femenino de la generación Millennial la alternativa es la no monogamia como una manera de vivir su libertad sexual, sin dejar de lado el compromiso emocional con una o más personas en particular.

Siguiendo esta misma línea también resulta pertinente el destacar si estas prácticas monógamas se limitan o se reprimen en todo aspecto desde el vínculo sentimental y desde el vínculo meramente sexual, refiriéndose en la incorporación de más de dos personas dentro de prácticas sexuales las mismas que dicen: "se puede decir la vez del trío" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022). "En relación sentimental no. En relaciones que estén fuera de con tema afectivo, sí" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022). "Sí, he incluido a hombres, mujeres" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

Tanto hombres como mujeres han tenido alguna experiencia dentro de relaciones sexuales con varias personas al mismo tiempo rompiendo la norma de las prácticas sexuales monógamas dentro de vínculos sentimentales y matrimoniales, a manera de plena vivencia de la sexualidad.

Así en este punto se quiere evidenciar si los medios tecnológicos comunicacionales han tenido alguna incidencia en la destigmatización de esta clase de prácticas considerando el contexto social conservador actual dentro de la ciudad:

"Sí, yo pienso que más que nada en eso, puede imponer una moda. Y es lo que está pasando con las series de Netflix que te presentan tanto eso que las personas que consumen eso le asimilan como algo normal" (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

Así los medios tecnológicos comunicacionales dentro de la generación Millennial es un instrumento bastante polarizado de difusión información pues, como se mencionó, dentro de estos se puede encontrar información orientada a la conservación y reproducción de relaciones monógamas, así como también transgresiones de las normas monógamas. Tanto hombres como mujeres tienen total conciencia que los medios han ejercido un papel fundamental en dejar de lado la sexualidad y las prácticas sexuales como un tabú, ha pasado

de ser un tema censurado o encontrarse en un mundo inundado de información sobre diversas prácticas al respecto.

Podemos decir que, en efecto, los medios tecnológicos comunicacionales como agente socializador de normas sociales tradicionales también ha sido un elemento socializador de transgresión de las mismas normas.

La generación Z al ser la generación más en contacto con medios tecnológicos tanto hombres como mujeres afirman con más naturalidad el haber escuchado de prácticas monogámicas: "Sí, sí, sí. He escuchado un tema de intercambio de parejas, los tríos y esas cosas." (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022). "Si he escuchado si de relaciones abiertas" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022). En este marco se presenta también como razón principal el amor como una manera de justificar la composición de las parejas sentimentales monógamas, sin embargo, se habla de la formación de vínculos no monógamos dentro de relaciones sexuales si estos son únicamente fuera de vínculos sentimentales.

Cabe destacar que, dentro de esta generación a pesar de tener el interés y la curiosidad por este tipo de prácticas, las personas entrevistadas no las han experimentado de primera mano uno de los factores puede ser su temprana edad, o el desinterés de algunas personas:

" Intercambiar parejas estando yo con una pareja únicamente sexual y no emocional. Pues no le veo broncas" (Hombre 22 años, entrevista, 14 de octubre de 2022).

"No. Pero una vez salí con alguien que era poli amorosa y no me gustó, siento que el poliamor no existe, porque al final ella se terminó enamorando no poli amorosamente de mí" (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022).

"Sí, me da interés, pero siento que no es lo mío, me gusta bastante la monogamia tener una persona y que esa persona me apoye a mí porque no me gusta no por mal plan de compartir si no que estoy acostumbrada a lo normal en ese sentido" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022).

Sin embargo, los medios tecnológicos comunicacionales han sido instrumentos de gran impacto en este punto por medio de plataformas:

"Sí, porque al menos yo ponte hace un par de años. No tenía ni ideas. Entonces, ya por redes sociales" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

"O sea primero por Facebook y un poco de Instagram y ya luego vos con te quedas con la duda de qué diablos es esto? Te vas a Google y y Googleas, ya sabes que es" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

En este aspecto es podemos resaltar que las representaciones mediáticas han variado, las representaciones mediáticas han contribuido a la visibilidad y la discusión de prácticas no

monógamas. También ha incidido en la deconstrucción de modelos heteronormativos. Las constantes interacciones con los medios han provocado que cambios en las actitudes culturales, pero con una constante confrontación con generaciones más antiguas que aun guardan lineamientos de normas tradicionales.

8.7 Placer en épocas tecnológicas

Las fronteras de la comunicación son cada vez más cortas, así a su vez la necesidad del contacto directo con las personas ya no es una barrera para mantenerse en contacto, estos medios han desarrollado dinámicas como sexting que son prácticas para mantener acercamiento sexual por medios tecnológicos, sin embargo, al implementar estas prácticas también se pone en riesgo la privacidad tanto en hombres como en mujeres que las practican. Es pertinente evidenciar cómo los medios tecnológicos han incidido en la percepción y vivencia de la sexualidad y el placer de hombres y mujeres a través de las generaciones.

En la generación Baby boomer para la búsqueda de la innovación del placer en prácticas sexuales ha habido una variedad de utilización de medios de comunicación dentro de esta generación han servido como una herramienta mediante la cual se han establecido dinámicas sexuales; sin embargo, estas prácticas se ven moralmente aceptables dentro de vínculos matrimoniales o de pareja: "lo que sí, o sea, con parejas sí, pero de ahí, o sea, buscando otra cosa, no. Yo he hecho uso de vídeos, vídeo llamadas, por ejemplo" (Hombre 58 años, entrevista, 23 de noviembre de 2022).

Sin embargo, los entrevistados también aseguran que hay una gran oferta de sexo mediante redes sociales sin la necesidad de buscarlo como tal:

"No, es más, me lo han ofrecido de WhatsApp a través de ciertas páginas y también las cómo les llaman Escorts. Pero algo de eso, oye, ¿me han llegado ofertas y a veces de muchachas, que me dicen ¿sabes qué? Inclusive una vez me llegó un mensaje de una chica que me decía que era virgen y cuanto le daba por su virginidad" (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022).

"Y entiendo que hay algunos como grupos. No sé en Facebook, pero yo soy malo para la tecnología" (Mujer 58 años, entrevista, 21 de noviembre de 2022).

Hay demasiada difusión de la sexualidad mediante medios tecnológicos que evidentemente han acaparado a generaciones más antiguas tanto hombres y mujeres tienen conocimiento de esto, sin embargo, no están tan dispuestos a establecer vínculos sexuales por medio de contactos realizados por medio de redes sociales o herramientas tecnológicas comunicacionales. Estas prácticas dentro de las generaciones más antiguas son consideradas como desviadas y percibidas como inadecuadas.

En la generación Millennial ya hay una transición en esta generación los entrevistados afirman

mandar fotos de desnudos llamados "packs"

"Hago mucho uso de packs entonces, creo que Google fotos" (Hombre 26 años, entrevista, 15 de septiembre de 2022).

"Sí, desde video llamadas, cuando tenía 13, 14 años, eran en las llamadas telefónicas yesas que decía bueno, tócate acá, y yo me toco acá y ahí sí que rico y toda la vaina. Y ahora los packs también, sí (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

Claramente se empiezan a dar funcionalidades a los medios tecnológicos con fines sexuales más personalizados, es decir no es necesario la presencia de los actores para ejecutar dinámicas con fines sexuales, las mismas que ya se pueden considerar como "normales" dentro de relaciones sentimentales y se relaciones exclusivamente sexuales. También desde una de las entrevistadas destaca la necesidad de cuidado a partir de estas prácticas pues nos dice:

"Tienes que tener muchas reglas al mandar, por ejemplo, fotos que no se te vea la cara, si es posible mandar por Snapchat que tienen límite de tiempo, o sea, tú puedes ver la foto una vez y ya se borra o puedes ver máximo dos, y ya se borra y tú puedes por ejemplo puedes ver que tomaron captura de pantalla, entonces ya no lo hace. Entonce sí, como que la tecnología ha ayudado a hacer esa clase de cosas. Pero sí también hay que tener un poco de conciencia de que se pueden filtrar las fotos. O sea, tú estás mandando algo íntimo. Y si mandas algo con tu cara pucha, puedes salir full perjudicada en varios aspectos. Entonces, mejor tener en cuenta esas reglas, que te dicen tus amigas" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022)

En este punto empiezan a aparecer el establecimiento de acercamiento directo con personas que son de primer contacto por redes sociales es así que relatan:

"Yo creo que cuando tuve 14 años, incluso mi primera relación sexual fue con una persona que. Que conocí por medio de Facebook" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

Así mismo se relata que se han establecido contacto con personas por medio de "Tinder, Facebook" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022) con fines únicamente sexuales. Aquí nuevamente se evidencia la importancia de la imagen como factor fundamental para el comienzo del establecimiento de relaciones por medio de aplicaciones.

La generación Z por su parte comenta con mayor naturalidad que el sexting dentro de vínculos con personas que mantienen relaciones sexuales, ya sean estas dentro de vínculos afectivos o no, son bastante comunes

"Con alguien que ya he tenido sexo, sí he intercambiado por WhatsApp fotos llamadas sí, con mis ex parejas" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

"Una vez una novia se fue a vivir en Estados Unidos un tiempo y era lo único que nos quedaba así que hacíamos video chats sexuales" (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022).

Sin embargo, en este caso la mujer de esta generación afirma no haber realizado estas prácticas por miedo a que este contenido sea difundido por lo que se han abstenido de hacerlo; también se especifica que dentro de su círculo social cercano de amigos es bastante común el intercambio de fotos.

Así mismo en este aspecto los medios más comunes para el contacto con personas dentro de esta generación son solo relaciones con fines sexuales de las cuales no terminan en vínculos sentimentales: "Tinder Insta" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022).

Los medios tecnológicos evidentemente han sido una herramienta para facilitar dinámicas sexuales, se han dado a conocer con más facilidad aplicaciones como Tinder ha transformado la manera en las personas interactúan y se conocen. Las aplicaciones de citas permiten que las personas se conecten fuera de contextos tradicionales ampliando la oportunidad de encontrar potenciales parejas.

Las aplicaciones de citas a menudo se asocian con encuentros casuales y relaciones sexuales, influyendo directamente en las expectativas de los encuentros, a pesar de esto resaltan sectores que están vinculados a búsquedas de relaciones más significativas, existe una variedad de percepciones de los diferentes entornos de los entrevistados.

En este contexto se puede destacar que el uso de aplicaciones ha transformado las normas sociales relacionadas con la formación de relaciones y encuentros sexuales, estableciendo dinámicas fuera de la idea del amor y matrimonio y orientándoles hacia el sexo casual.

Una de las características principales de Tinder como aplicación de citas es la imagen, mismas que tienden a ser sexualizadas, la importancia de analizar las imágenes de estos perfiles revela la importancia de como las estéticas estereotipadas influyen en percepción y la construcción de la sexualidad, moldeando experiencias y creando expectativas idealizadas. Es así que se realizó una observación etnográfica virtual de la aplicación de citas Tinder a 30 mujeres y 30 hombres de la generación Z; para ello se consideró a personas entre 18 a 25 años por la limitación y normas de registro de la aplicación para personas mayores de edad. Esto con el objetivo de analizar la manera en que se presentan de forma individual la imagen de hombres y mujeres de generaciones más jóvenes (Ver Anexo B y C).

La misma tuvo como resultado que de las 30 mujeres analizadas entre 18-25 años de edad que utilizan la aplicación de Tinder se presentan en un 53,33% con fotos frente a un fotógrafo, un 46,67% se presenta con fotografías frente al espejo.

Los planos presentados son con un 36,67% son fotografías en plano medio, mientras que un

43,33% se presenta en un plano general. El 36,67% se presenta mirando a la cámara mientras que el 63,33% no mira a la cámara.

Referente a la indumentaria utilizada referida a la parte superior se puede destacar que existe presentación Desnuda/ Semi desnuda en un 43,33% misma que se presentan en ropa interior o en bikini, mientras que el 56,67% se presenta con camisetas o derivados; cabe destacar que en este aspecto no hay ninguna persona que se presenta con abrigo, así mismo referido a la parte inferior se destaca que el 53,33% se presenta con las pierna descubiertas mientras que el 46,67 % se presenta con las piernas tapadas, presentándose en fotos mayormente en ropa interior o bikini.

Referido a la expresión de feminidad podemos destacar que existe una mayor presencia de características estereotipadas como femenina, es decir, delgadas, delicadas, sumisas con un 63,33%, mientras que el 36,67 % de las representaciones de usuarias resalta una imagen de presentación casual femenina, mismas que se relacionan con fotos tomadas dentro de escenarios cotidianos en estos dos tipos hay una concentración total de datos, es decir no hay ningún porcentaje de feminidad alternativa.

Así mismo podemos observar que en el caso de hombres entre 18-25 años de edad que utilizan la aplicación de Tinder se presentan un 60% de fotografías frente al espejo, seguido de un 30% de personas que se tomaron fotos frente a un fotógrafo y un 3,33% retrato, también podemos destacar que el 53,33% se presenta con fotos en plano medio mientras que el 43,33% se presenta en plano general; también existe una minoría de 3,33% que se presenta en primer plano. El 60% de hombres se presenta mirando a la cámara mientras que el 40% no mira a la cámara.

Referente a la indumentaria utilizada referida a la parte superior se puede destacar que existe presentación Desnudo/ Semidesnudo en un 33,33% misma que se presentan con el torso desnudo sin camiseta, mientras que el 40% se presenta con camisetas o derivados, también cabe destacar que en este aspecto existe un 26,67% de hombres que se presenta con abrigo, referido a la parte inferior se destaca que 86,67 % se presenta con las piernas cubiertas mientras que el 13,33 % se presenta con las piernas descubiertas, presentándose en fotos mayormente con pantaloneta.

Referente a la presentación visual de hombres y mujeres destaca que el tipo de fotos en mujeres concentra más los datos en fotos tomadas frente a fotógrafo con un 53,33% en primer lugar y en segundo lugar las fotografías frente al espejo con un 46,67%, las mismas tienen una preferencia en la utilización del plano medio con un 56,67% seguidas del plano general en un 43,33% finalmente las mismas se presentan sin mirar a la cámara con un 63,33%. Mientras que en los hombres existe un poco más de variación en las respuestas sin embargo

el 60% son fotos tomadas frente a un espejo seguido de un 30% de fotos tomadas frente a un fotógrafo finalmente se destaca una pequeña parte de 3,3% que se toma fotos retrato y un 6.6% se ha tomado selfies, también existe una mayor presencia de la utilización del plano medio con un 53,33% seguido de un plano general con un 43,33% también destaca una pequeña parte que se presenta en primer plano con un 3,33% finalmente se destaca que un 60% se presenta con mirada a la cámara.

Dentro de este aspecto es pertinente destacar varios aspectos: tanto hombres como mujeres prefieren las fotos frente al espejo cómo tomadas por un fotógrafo en plano medio y general lo que nos quiere decir que hay una presentación más completa del cuerpo en las imágenes, no se prioriza el enfoque del rostro como tal excepto un pequeño porcentaje de hombres (10%) que se presentó en selfis y retrato destacando su rostro.

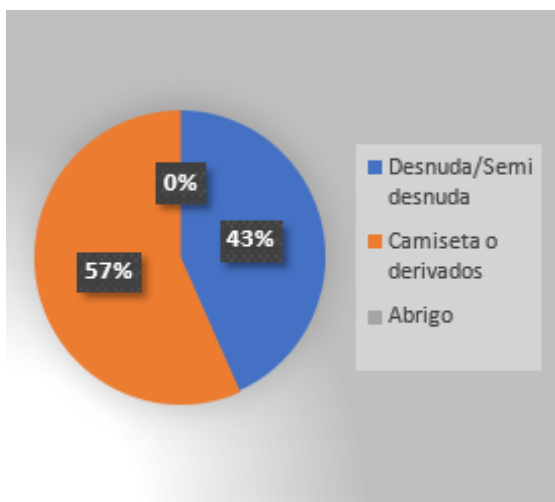
8.7.1 Indumentaria

La indumentaria tiene altas cargas simbólicas en la creación de la identidad de las personas. La ropa puede expresar aspectos de sí mismos que pueden no ser tan evidentes. La moda es un elemento que ha intervenido como un instrumento poderoso para construir y expresar una identidad grupal o individual, especialmente en el ámbito virtual en donde la primera impresión es de vital relevancia, en este sentido las formas en las personas eligen presentarse puede tener impacto significativo.

La indumentaria se presenta como un elemento mediante el cual puede afectar la percepción del atractivo y confianza. Es también importante el destacar que la indumentaria dentro de las presentaciones de perfiles especialmente en aplicaciones de citas puede reproducir estereotipos de género en la presentación del cuerpo, esto puede verse intervenido tanto en hombres como mujeres, se puede destacar como una forma disciplinamiento corporal, generando que las personas adopten estilos de vida para poder cumplir con los estándares exigidos dentro de estos medios.

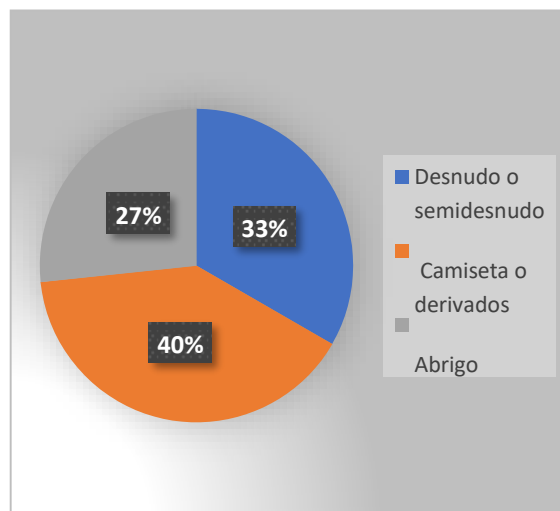
En este sentido se considera analizar la indumentaria, consiguiendo los siguientes datos:

Ilustración 27 Indumentaria parte superior Mujer



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 26 Indumentaria parte superior Hombres



Fuente: Elaboración propia

En la indumentaria de la parte superior en hombres podemos observar una mayor parte de respuestas en una presentación con camisetas o derivados con un 40%, seguido de una presentación desnuda o semidesnuda con un 33,33% y finalmente hay un 26,67% de personas que se presentan con abrigo, las mujeres se presentan mayormente con camisetas o derivados con un 43,33%, seguidas de desnudas o semidesnudas con un 43,33%. En la presentación de la indumentaria en la parte inferior se presenta en los hombres un 85,57% con las piernas tapadas y un 13,33% hombres con las piernas al aire mientras que en las mujeres se presenta un 46,67% con las piernas tapadas y un 53,33% con las piernas al aire. Así podemos destacar varios aspectos existe una mayor concentración de datos en mujeres ya que no se presentaron imágenes de mujeres con abrigo, es así que también podemos ver que la presencia de fotografía en camiseta o derivados es mayor en mujeres pero también podemos ver que también es mayor en la presentación en fotografías desnudas o semidesnudas, así mismo en la parte inferior los hombres presentan una mayor concentración de datos con las piernas tapadas a comparación de las mujeres di destaca con un poco más de la mitad la presencia de las piernas al aire. Cabe destacar que la presencia de imágenes masculinas destacaba con el torso desnudo, mientras que las mujeres en su mayoría aparecían con bikini o en ropa interior, mismo que marca un rasgo erótico y sexual en la representación de las imágenes.

8.7.2 Masculinidad/Feminidad

Las plataformas digitales, especialmente las de citas pueden influir en como las personas presentan y perciben roles de género. La promoción de los modelos de masculinidad y feminidad en este campo refleja normas y expectativas de género arraigadas, sin embargo, también puede haber presentaciones de cuerpos a manera de desafiar estas normas y expresar su individualidad. En este sentido se destacan la siguiente información:

Ilustración 29 Expresión de masculinidad Tinder

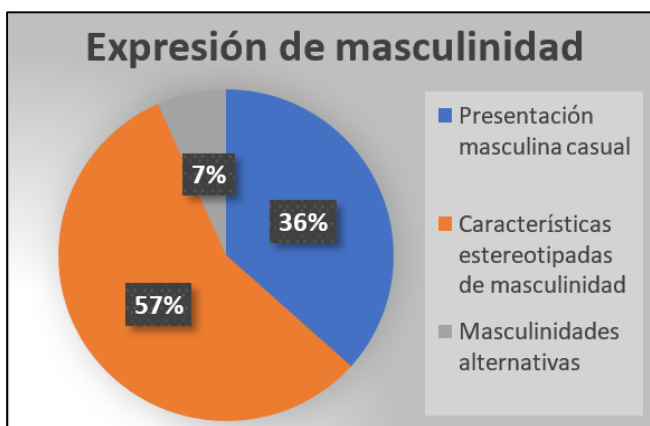
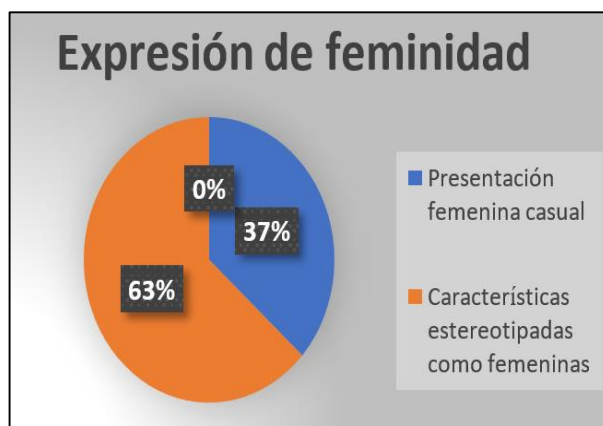


Ilustración 28 Expresión de feminidad Tinder



Fuente: Elaboración propia

Fuente: Elaboración propia

En este caso se puede observar que existe una representación en su mayoría características estereotipadas de masculinidad presentando al hombre fuerte, musculoso, imponente con un 57% seguida de una presentación de una representación de masculinidad casual con fotos tomadas dentro de la cotidianidad en 36% ; y destaca un pequeño porcentaje de 7 % de una masculinidad alternativa, mientras que en las mujeres podemos destacar una representación en su mayoría de características estereotipadas como femeninas 63% como mujeres delgadas delicadas, pasivas, finalmente existe una representación de representación casual de feminidad con un 37% representadas con imágenes tomadas dentro de la cotidianidad. En este caso se puede destacar que existe una mayor concentración de datos en las mujeres en su mayoría representada con características estereotipadas como femeninas al igual que los hombres destaca en su mayoría características estereotipadas como masculinas; sin embargo, también, existe una gran presencia de presentación casual masculina con la presencia de la feminidad casual también resalta mismo que representa imágenes dentro de la cotidianidad. Así mismo en el caso de los hombres destaca en un porcentaje minoritario la presencia de masculinidad alternativa, misma que puede ser referida como feminizado. La influencia de los medios publicitarios ha tenido una importante incidencia en la proyección

y representación del cuerpo a nuevas generaciones. Le bretón (1995) dice que “los individuos tienden a buscar en la esfera privada lo que no puede esperar de la vida social ordinaria, y tienden a replegarse a su relación individual con la imagen mediatizada en donde el cuerpo se convierte en el refugio, en el valor primordial, cuando los otros se vuelven evanescentes” (como se citó en Gutiérrez, 2018).

8.8 Deconstruyendo el placer falocéntrico

Las estructuras sociales a través de la historia han determinado el placer sexual propio del hombre masculino y al mismo tiempo antagónico de lo femenino también se le ha asociado más a un espacio privado del hogar y del cuidado como lo correcto dentro de lo socialmente aceptado claro que también al mismo tiempo todos estos rasgos se alejan del imaginario de una mujer erótica.

Desde el punto de vista masculino por otro lado se impone un sentido de deseo y de posesión sobre la mujer, también se crea un falso imaginario sobre el hombre desentimentalizándolo y carnalizándolo.

La sexualidad femenina en sí se ha visto reducida a una mera genitalidad condenando la vivencia del placer y la sexualidad como una forma de valor a la persona; así también Esparza (2019) nos habla que la “multifuncionalidad del cuerpo tiende a decantarse por lo útil y productivo en detrimento de lo sensitivo”, reprimiendo así el desenvolvimiento de lo sensitivo. Sin embargo, a lo largo de las generaciones ésta ha ido sufriendo cambios, gracias a la revolución sexual feminista el empoderamiento de las mujeres sobre su cuerpo y sobre su sexualidad ha llevado a que las mismas puedan vivir su sexualidad enfocadas en el placer así también en este sentido empezaron a surgir prácticas sexuales que dieron cabida a enfocar dentro de la sexualidad el placer femenino, dejando de lado las prácticas exclusivas centradas en el falo y enfocadas únicamente a la penetración.

Así dentro de las prácticas sexuales de la generación Baby boomer se puede destacar que dentro del acto sexual es necesario establecer contacto como:

“Besos en caricias sin necesidad de llegar específicamente al acto literalmente puedes hacer maravillas con tus manos o con tú boca” (Hombre 58 años). “Y desde mi experiencia hay muchas formas hay varias alternativas que me ha tocado inclusive solo dar placer, y eso me da placer a mí” (Hombre 59 años, entrevista, 2 de octubre de 2022).

En el caso de las mujeres de esta generación por otro lado hay una polaridad de experiencias dentro del tema por una parte la entrevistada mujer de 58 años afirma que el placer dentro de las relaciones sexuales es únicamente para los varones, y que no conoce otra forma de placer que no sea mediante prácticas coitales.

Mientras que la otra entrevistada mujer de 59 años afirma que “tal vez solo con caricias una

manera de generar placer”.

El placer femenino en este aspecto se podría decir que dependería de un contacto directo con otra persona con la que se pueda satisfacer sus deseos. En este punto también se destacaría la utilización de medios tecnológicos como una herramienta para informarse acerca del tema. En la generación Millennials por su parte ya tiene bastante presente el hecho de que el enfoque del placer femenino es totalmente necesario para que se den relaciones sexuales satisfactorias, también cabe resaltar las formas de placer desde el punto de vista femenino: "La masturbación, sea tuya o por parte de otras personas por besos, caricias, el mismo hecho de la privación de la penetración. Pero así estando con otra persona en juegos de actos previos. Sí genera placer sin penetración" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

"Caricias, besos, movimientos corporales en zonas eróticas, orejas, cuello, senos, piernas ante piernas sin necesidad de penetración" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022). Las relaciones sexuales basadas en el falo reducidos a un genitalismo son consideradas en este punto como aburridas o monótonas mismas que han llevado a hacer uso de medios tecnológicos comunicacionales para poder dinamizar las prácticas dentro de relaciones sexuales al ser el medio tecnológico uno de los más utilizados y con un mayor contenido de información también se presenta disociada el marco de las prácticas que se pueden considerar como placenteras como aquellas que pueden no serlo:

“Hay un montón de dinámicas de incluso juegos de coqueteo más eróticos el mismo ejemplo de las posiciones sexuales un montón de cosas que no tenía idea que existían y solo viendo porno digo a, ok accedí a, esa información cosas que puedes ir descubriendo como para cambiar un poco la monotonía de que sea lo mismo todo el tiempo. Más aún cuando es un tema de relación amorosa porque vas a estar teniendo relaciones continuamente. Pero, por ejemplo, con una pareja que es tal vez una chica o un chico en caso de alguien que sea de una noche, es como, no hay mucho que explorar, creo yo es algo de ese momento" (Hombre 30 años, entrevista 5 de septiembre de 2022).

"Creo que también el innovar las relaciones sexuales causa un poco más de placer para ti y para la otra persona. Entonces, yo creo que es muy necesario" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

Se puede ver en este punto una clara diversificación de la búsqueda de información que se centra cada vez más en encontrar el placer individual de las personas, especialmente de mujeres. También en este punto no se vuelve indispensable el contacto directo con una persona del género opuesto para el establecimiento de relaciones sexuales con el fin de la obtención del placer; la masturbación toma más práctica y más importancia dentro de los

hombres y de las mujeres, así como la utilización de juguetes sexuales para prácticas masturbatorias:

"Por primera vez hace unos meses, compré una, vagina falsa. Y la verdad fue por neta curiosidad, o sea, porque ya lo había pensado hace tiempo, pero nunca lo vi necesario. Y un día solamente como manera hasta de chiste y me gustó. Pero tampoco es algo que te puedo decir, como que lo uso porque es como, solo fue para ese rato. (Hombre 30 años, entrevista, 5 de septiembre de 2022).

"Sí, he utilizado vibradores, el utilizar juguetes sexuales es como, sí, darte amor a ti mismo y de alguna manera no llegar a necesitar de nadie para llegar, por ejemplo, a tener un orgasmo" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

"Creo que la primera vez que utilicé tecnologías de la información fue para poder saber sobre masturbación la primera vez que tuve un juguete sexual. Porque es una cosa sumamente diferente a lo que es el acto sexual versus lo que es tener un juguete para poder explorar de una forma placentera. Siempre hay el tabú de que un juguete sexual puede generar un problema. Puede generar irritación que no sientas lo mismo" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

La utilización de juguetes sexuales tanto en hombre como en mujeres de la generación Millennial ya es una práctica evidente y también el acceso a la información de cómo utilizarlos está al alcance:

En este punto se considera que el placer dentro de las relaciones sexuales debe ser obligatoriamente mutuo para que sea efectiva, se asocia la penetración con placer, sin embargo, no como única práctica.

"Las mujeres somos un poquito más de trabajo, creo que a veces los hombres también tienen que conocerse, entonces si es que no van a poder, digamos, satisfacer el 100% a una mujer. Yo creo que por eso también se debería desmitificar mucho el uso de los juguetes sexuales. He escuchado muchos comentarios de hombres específicamente piensan que si una mujer tiene un vibrador es porque no le satisface una persona. Y eso es mentira. Puedes estimularte más teniendo relaciones sexuales para llegar a un éxtasis" (Mujer 26 años, entrevista, 28 de diciembre de 2022).

"Si no hay un placer mutuo, creo que la relación sexual no sirve porque muchísimas veces hemos llegado al punto de que la relación sexual se tiene que ver netamente con la penetración y no funciona así. Nos falta cultura sexual. Nos falta cultura identitaria sobre todo y de auto conocimiento y de autoexploración" (Mujer 26 años, entrevista, 8 de octubre de 2022).

Para la generación Z el recurrir a aspectos sensitivos de cuerpo como manera de la obtención

de placer se vuelve normal dentro de prácticas sexuales, en este punto el placer se ve claramente enfrentado con prácticas que no son meros contactos genitales sino también con partes sensoriales:

"Mm, sí y no, porque las mujeres son muy roces más que penetración. Bueno nosotros en nuestro caso, sí; pero, pero como que sí, también si prende digamos si ves que solo si si estás en el roce con las chicas, es como que entonces, sí y no" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

"Como dice la palabra con tacto las partes del cuerpo son tan maravillosas puedes encontrar placer solo tocando y no hablo solo de la parte del clítoris, el cuello, las manos ya cuando uno sabe cómo manejar, manejarse, conocerse y conocer otra persona puede tener placer solo tocando entonces, maravilloso" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022).

Tanto en hombres como en mujeres de esta generación está muy presente el estímulo para la obtención del placer femenino como parte de las relaciones sexuales placenteras, dentro de las búsquedas realizadas por medios tecnológicos referente al tema de la obtención del placer resalta la pornografía y la utilización de elementos externos que puedan resultar estimulantes:

"Me llamaba full la atención, el uso del jengibre, el uso de jengibre tanto en la mujer como en el hombre. Y entonces ya es como que me puse a googlear así bien" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

"Sí, he buscado en Xvideos como masturbarme para experimentar mi cuerpo" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022).

La utilización de juguetes sexuales dentro de la masturbación y de las relaciones sexuales es bastante frecuente o de bastante interés.

"Objetos, juguetes como tal, digamos no, pero, así como te digo, jengibre lubricante halls alguna que otra correa, una sogá" (Hombre 22 años, entrevista, 24 de octubre de 2022).

"Sí, fue un consolador para mi novia en aquel momento" (Hombre 25 años, entrevista, 12 de noviembre de 2022). "Utilicé un vibrador" (Mujer 20 años, entrevista, 25 de octubre de 2022). "Era un huevito vibrador" (Mujer 25 años, entrevista, 24 de septiembre de 2022).

En este punto se llega a asociar el placer femenino con el tacto y el roce se da más protagonismo a las interacciones sensitivas, también se sigue considerando la penetración como necesaria para poder tener una experiencia placentera completa; cabe destacar que en este punto el placer, si bien se sigue entendiendo como más "fácil" en el caso masculino, resalta también como importante para el ámbito femenino exigiéndolo y a su vez generando una obligatoriedad desde lo masculino hacia lo femenino.

La deconstrucción del placer falo céntrico implica cuestionar y desafiar ideas discursos y

narrativas tradicionales que colocan al pene como factor principal para la obtención de placer y satisfacción sexual. Se transgrede el placer falo céntrico como norma y al mismo tiempo desafía estructuras patriarcales.

La deconstrucción del placer falocéntrico implica el reconocimiento de cuerpos diversos y géneros, así como la diversidad de formas de vivir las experiencias de placer que pueden ser particulares para cada uno, esta se va a alejando de la exclusividad de la penetración promoviendo la exploración de diferentes zonas del cuerpo tanto en hombres como en mujeres.

A través de las generaciones se ha ido resaltando la importancia de estimulación de zonas erógenas del cuerpo, como parte de una relación sexual satisfactoria ya que las mismas son fuente de placer y satisfacción. En este aspecto resalta la importancia de la comunicación y el consentimiento dentro de relaciones sexuales promoviendo la expresión de deseos límites y preferencias mismas que son relevantes para una experiencia satisfactoria.

Esta busca el empoderamiento de los cuerpos de todos los géneros para poder expresar y explorar su sexualidad lejos de las limitaciones de constructos tradicionales, las mismas se ven alejadas de limitaciones basadas en expectativas de género heteronormadas.

En este aspecto los medios tecnológicos comunicacionales especialmente los tecnológicos han ayudado a promover practicas alejadas del falocentrismo por medio de pornografía y otros medios que han influido en la diversidad de prácticas sexuales, que si bien se crean expectativas idealizadas las mismas han sido un instrumento dinámico explicito, también cabe recalcar que esta herramienta también ha sido un medio para la experimentación de prácticas de placer no catalogado mismas que no son tratadas ni socializadas.

Las prácticas de placer no catalogadas son consideradas como inusuales o inmorales, estas experiencias surgen como resistencia a diversas normas como los roles de género tradicionales que influyen en el comportamiento que determina el cómo deben ser las relaciones sexuales como apropiadas.

Estas prácticas requieren altos niveles de consentimiento y de autoexploración del cuerpo, se alejan de manera evidente de ideas amorosas se enfocan específicamente en prácticas en las cuales su finalidad es el placer.

9 Conclusiones

-La sexualidad es el tema principal para poder hablar de placer donde la vivencia de la misma va a depender mucho de variables históricas, contextuales e ideológicas, en este sentido la ciudad de Cuenca que es considerada y percibida a través de las generaciones por tener una amplia influencia de ideologías de corte cristiano, con una orientación bastante regida por

normas sociales conservadoras heteronormadas.

Es así que la socialización de la sexualidad desde diferentes agentes, abordando diferentes temas, se considera en general a través de las generaciones como ineficientes. En el caso del ámbito familiar, los hombres de la generación Baby boomer resaltan el vínculo de la sexualidad a un fin matrimonial, pasando a la generación Millennial que la vincula con el amor, y a la generación Z se socializaba con una mayor orientación al placer y cuidado anticonceptivo.

Desde el ámbito del círculo social de hombres de las generaciones Baby boomer, Millennial, y Z resalta mucho la utilización de diferentes medios, pasando de revistas, televisión a internet para el consumo de pornografía, como un medio de entretenimiento y de instrucción de dinámicas sexuales, así como de la creación de expectativas. En todas las generaciones resalta la constante demostración de virilidad entre hombres.

Así mismo destaca la generación Millennial temas tratados en el círculo social como placer, masturbación, diversidades de orientaciones sexuales, finalmente se resalta con mucha importancia para la generación Z en intercambio de experiencias como parte de educación sexual. Cabe destacar que el alardeo de la sexualidad de los hombres ha llevado que los mismos se vean presionados a una pronta iniciación de su vida sexual a pesar de que no se sientan listos.

Para las mujeres la socialización de la sexualidad se presenta de manera bastante diferenciada, ya que desde círculos familiares para la generación Baby boomer ha estado omitida por completo, en la generación Millennial se manejaban discursos enfocados hacia la abstinencia y anticoncepción misma que se ha perpetuado hasta la generación Z.

Desde círculos sociales, las mujeres de la generación Baby boomer no han tenido ningún acercamiento al trato de la sexualidad más que desde un ámbito meramente académico, sin embargo, para la generación Millennial se evidencia una importante trascendencia, ya que se tratan temas relacionados con emociones, placer y también se difundían experiencias; ya para la generación Z se ha percibido que movimientos feministas han ayudado al empoderamiento de la sexualidad femenina tratando temas importantes como límites, consentimiento, cuidado o pornografía.

El desconocimiento y censura de la sexualidad ha llevado a tener una experiencia vivencial de su sexualidad bastante limitada para el caso de la generación Baby boomer; la falta de información y de una experiencia sexual se percibe como un problema dentro de vínculos matrimoniales hasta el punto de ser una causa de divorcio, por otro lado, también se percibe la carga de la determinación de la virginidad obligatoria para las mujeres, mismas que se autoperciben culpables en el caso de la ruptura matrimonial.

Se evidencia una moral de obediencia a códigos tradicionalistas heteropatriarcales profundamente arraigados dentro de la generación Baby boomers de hombres y mujeres. Estos valores han trascendido en la creación de una subjetivización ética de la sexualidad bastante conservadora.

A pesar de esto, en generaciones como la Millennial y generación Z resalta la constante confrontación de percepciones con generaciones más antiguas que tienen poca información y tolerancia a las diferentes diversidades sexuales y las formas de expresarlas, considerándolas como desviadas y promoviendo el rechazo, lo que ha sido un factor importante en la desintegración familiar.

A través de las generaciones se evidencia que la sexualidad femenina ha pasado de ser experimentada dentro de vínculos amorosos o matrimoniales sin primar el placer femenino. A pesar de esto, nuevas generaciones han transgredido esta norma al empezar la vida sexual sin necesidad de vínculos afectivos o matrimoniales. Las mismas consideran que la elección de la experimentación sexual es personal y legítima se ha convertido en un acto donde el fin es el placer.

A pesar de que exista esta transgresión de la norma de la abstinencia dentro de la sexualidad femenina, sigue teniendo sanción moral; de este modo este tema se ve tratado en vínculos sociales de confianza y se ha llevado a un plano secreto, contrario a la sexualidad masculina que por su parte existe una necesidad de resaltar su virilidad llevando este tema a un trato abierto.

La virginidad ha pasado de percibirse como un factor de valor personal femenino a paulatinamente perder importancia y perder de a poco esa carga moral sexual que históricamente se le había determinado.

Así mismo, estas generaciones perciben que la religión ha sido un factor elemental en la limitación de la vivencia de la sexualidad, ya que los modelos tradicionales socializados son poco representativos, sin embargo, gracias a las altas sanciones sociales se restringen experimentaciones sexuales fuera de la lógica de lo normado y “correcto”.

La carga moral que se les ha dado a las mujeres por conservarse vírgenes, dándolas un sentido de pureza, ha generado una autopercepción de culpa y miedo al momento de su primera relación sexual, en este aspecto, según testimonios, también resalta como necesario una buena educación sexual para la vivencia del placer, tanto en hombres como en mujeres. A través de las generaciones, la virginidad ha ido perdiendo esa determinación de ese valor personal asignado en las mujeres; gracias a la liberación sexual femenina, las mujeres se han ido empoderando y reclamando el derecho de vivir su sexualidad fuera de lógicas patriarcales dándoles un sentido de apropiación y decisión sobre sus propios cuerpos.

-Así es evidente que los medios, ya sean desde los más tradicionales hasta los más tecnológicos, han estado presentes en diferentes niveles de socialización a lo largo de las generaciones, mismos que presentan una escena normativa de los “adecuado”, “lo esperado” “lo normal”. Se ha reproducido una cultura visual que busca la obligatoriedad de ciertas normas tradicionales heteronormadas patriarcales.

Se presentan modelos idealizados, de estéticas corporales, asumidos como objetos de deseo, producidos y reproducidos a través de las generaciones por varios medios. Para el presente estudio, por su alcance masivo, se recurrió a un análisis hemerográfico como medio transversal a la totalidad de generaciones analizadas.

Este resalta que existe una constante reproducción de estereotipos de género que representa la feminidad y masculinidad que se determina como modelo deseado a seguir, al igual que modelos heteronormados de familia. Del diverso material generado y analizado en esta investigación, resulta significativo como aquellos más instituidos y relacionados con las estructuras institucionales de poder son las que más reproducen las construcciones tradicionales de lo masculino y lo femenino (especialmente la publicidad), así como es en el ámbito más privado e individual (relaciones interpersonales) donde se hallan mucho mayores niveles de cuestionamiento a esos patrones tradicionales altamente sexistas.

En el estudio de los resultados se puede observar también una constante presión a la creación y conservación de una estética femenina y masculina idealizada que, por lo demás, ha causado una autopercepción en la que todas las mujeres, sin importar la generación y los hombres de generaciones más jóvenes como son la generación Millennial y generación Z se hayan sentido inconformes con su cuerpo por no cumplir con estas expectativas de feminidad y masculinidad, mismas que también afirman han sido el motivo de ser rechazados por no ser el atractivo sexual al sexo opuesto.

Resulta importante resaltar que en la generación Millennial y generación Z existe el desapego a roles de género tradicionales que limitan a las mujeres a espacios privados y a hombres a espacios públicos; las mujeres especialmente han percibido con mayor carga esta determinación de roles en su educación, sin embargo, en generaciones más jóvenes tanto hombres como mujeres consideran dentro de su vida personal en desacuerdo con esta segmentación y consideran muy necesario que los roles sean compartidos; así también dentro del idealismo de modelo masculino ya aparece presente como requisito la funcionalidad en labores de cuidado de la masculinidad.

-Los medios de comunicación tecnológicos han brindado toda clase de información desde alternativas de prácticas sexuales que dentro de las generaciones comunicacionales generan gran impacto en la difusión de normas sociales; a través del tiempo se han convertido en uno

de los principales agentes socializadores respecto a las construcciones de género, incluida la sexualidad, se han convertido en un medio instructivo para dinamizar las mismas hasta tener herramientas de entretenimiento explícitas como la pornografía misma que es consumida tanto por hombres como mujeres (aunque no en la misma medida ni forma); también se evidencia que este es percibido como un medio de instrucción para su vida sexual personal.

Gracias a la facilidad de la conectividad de medios tecnológicos, una de las herramientas más utilizadas para búsqueda de relaciones sexuales es Tinder, misma que se evidencia como reproductora de estereotipos patriarcales normados, puesto que desde presentaciones individuales las mujeres no presentan feminidades alternativas ni tampoco los varones; se evidencia la reproducción femenina de delgadez, delicadeza y sumisión, frente a una reproducción masculina que transmite estatus, fuerza presentando cuerpos masculinizados; también destaca una gran presencia de desnudos dentro de las imágenes.

A pesar de esto, ya para la generación Millenials y generación Z se especifica que se reproducen ya no solo estéticas idealizadas, sino modelos de vida asociadas a expectativa enaltecida, como un camino para poder llegar a conseguir este modelo. Los movimientos feministas en este aspecto dentro de medios tecnológicos también han incidido mediante el “body positive”.

Es importante destacar que la vivencia del placer en hombres y mujeres se destaca de diferentes maneras; en el caso masculino destacan desde todas las generaciones que la constante práctica de relaciones sexuales ha llevado a tener mayor placer; sin embargo, en el caso femenino se resalta un proceso en el cual desde la generación más antigua afirma no haber sentido placer o un orgasmo hasta generaciones más jóvenes que exigen placer como parte de una satisfactoria relación sexual.

En nuevas generaciones, hombres y mujeres se han abierto a experimentaciones con personas de su mismo sexo sin necesidad de identificarse como personas homosexuales o bisexuales, mismas que desde la generación más antigua se considera como impensable.

Medios tecnológicos comunicacionales también han cumplido un papel fundamental en la difusión de prácticas no monogámicas, mismas que también han llevado a crear interés en generaciones más jóvenes de dichas prácticas que dentro de la vivencia se han llegado a poner en práctica desde las meramente sexuales en la incorporación de una tercera persona en relaciones sexuales, hasta relaciones sentimentales poli-amorosas.

Así mismo, también resalta la experimentación de placer fuera de lógicas falocéntricas, donde se da la apertura a la experimentación del placer no catalogado, donde se destacan prácticas sexuales orientadas hacia caricias, besos, masturbación y, en el caso, tanto de hombres

como de mujeres, en la utilización de juguetes sexuales, estimuladores externos, correas, esto con la finalidad de obtención de placer individual y al mismo tiempo transgrediendo las normas de placer normativo.

Si bien los medios tecnológicos comunicacionales son principalmente difusores de estereotipos patriarcales y heteronormatividades, estos también en su calidad de agente socializador son un medio importante que también difunde la transgresión de las normas sociales, de la abstinencia, de la virginidad y la monogamia que evidentemente ha influenciado en la vivencia de la sexualidad y placer de hombres y mujeres a través de las generaciones.

Si bien estas prácticas alternativas de vivir la sexualidad alejadas de normas heteropatriarcales se pueden presentar como novedosas, ya que estas no necesariamente atraen incondicionalmente a todas las personas por muy jóvenes que sean; más bien estas prácticas se flexibilizan más no se imponen.

Finalmente, desde la percepción de los testimonios resalta en todas las generaciones que el apego a una ideología judeo cristiana es un factor elementalmente limitante y ha sido razón de sanción moral. Este constante rechazo a prácticas más flexibles y a diversidades de identidades sexuales ha llevado a que nuevas generaciones se vean menos identificadas con esta ideología y se sientan cada vez menos representados alejándose de la misma.

10 Recomendaciones

Los resultados plantean que existe un cambio de la percepción y vivencia en la sexualidad y el placer se evidencia una transgresión de normas que se han dado de manera paulatina y generacional.

Gracias a medios tecnológicos estas transgresiones tienen una socialización de gran alcance es así que se considera pertinente hacer un análisis de movimientos sociales que buscan el reconocimiento de diversidad de cuerpos femeninos como masculinos ya que estos siguen reproduciendo modelos estereotipados como masculinos y femeninos, a pesar que desde los testimonios aseguran que han provocado una mala autopercepción de sus cuerpos.

Igualmente se considera importante implementar dicha investigación fuera de áreas urbanas específicamente en zonas rurales con la finalidad de incluir diversidades de contextos que a su vez pueden generar diferentes percepciones.

Es importante reevaluar desde un punto de vista técnico metodológico la enseñanza de la sexualidad en instituciones educativas mismas que desde el punto de vista de testimonios a nivel generacional ha resultado como ineficiente además se ha evidenciado que el fin de la sexualidad a través de las generaciones ha cambiado su objetivo pasando de tener fines

reproductivos a que su fin sea el placer tanto para hombres como para mujeres, por lo que la anticoncepción como tema principal resulta bastante escaso, se considera que la información de medios tecnológicos comunicacionales es bastante volátil e imprecisa por lo que puede tener gran impacto en la percepción y vivencia de hombres y mujeres.

Referencias

- Agudelo, Ramirez, Rodriguez, Florez, Vasquez, Ocampo, & Peña. (2014). IRevista de investigaciones | The ISSN Portal. <https://portal.issn.org/resource/ISSN/0121-067X>
- Agüero, J., & Martínez, S. (2021). Feminismos del Sur: Aportes para un Trabajo Social crítico y feminista. Primer Congreso Latinoamericano de Trabajo Social de la UNVM. VII Jornadas Regionales de Trabajo Soc. <https://www.aacademica.org/primer.congreso.latinoamericano.de.trabajo.soc.l.de.la.u.nvm.vii.jornadas.regionales.de.trabajo.soc/80>
- Aguilera Pacheco, M. F., Monsalvo Hernández, B., & Caballero Niembro, O. J. (2020). La deconstrucción del binarismo del género dentro del discurso publicitario de la moda: La emoción como principal elemento narrativo. <https://repositorio.xoc.uam.mx/jspui/handle/123456789/24573>
- Alegre, M. G. (2020). Relaciones amorosas y el uso de las redes sociales
- Alejandra Díaz, Mónica Paulina Hernández, Mayra Lilia Chávez, Miguel Agustín Duarte, Porfirio Miguel Hernández Cabrera (Universidad Autónoma de la Ciudad de México), Frida Fernanda González, Aristeo Santos López, María Guadalupe Núñez, Alejandro Ávila Huerta, Berenice Pérez Ramírez, Aristeo Santos López, Zaida Kareli Fernández, Miguel Ángel Sánchez, Víctor Hugo Flores, Ludivina Cantú Ortiz, Edmundo Omar Matamoros, & Mónica Paulina Hernández. (2017). Revista de Estudios de Antropología Sexual. Vol. 1 Num. 8 (2017). Mediateca - Instituto Nacional de Antropología e Historia. https://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/issue%3A1367
- Alemaný Anchel, M. J., & Velasco Laiseca, J. (2008). Género, imagen y representación del cuerpo. *Index de Enfermería*, 17(1), 39-43.
- Alpañés, B. S., Enrique. (2022, junio 29). Desmontando el estigma de las relaciones no monógamas: Ni capricho ni vicio. *El País*. <https://elpais.com/estilo-de-vida/2022-06-29/desmontando-el-estigma-de-las-relaciones-no-monogamas-ni-capricho-ni-vicio.html>
- Andonie, H., Alfaro, F., & Jablonka, I. (2021). Hombres justos. Del patriarcado a las nuevas masculinidades. *Secuencia*, 0, Article 0. <https://doi.org/10.18234/secuencia.v0i0.2015>
- Arrondo Arrondo, J. L. (2007). Nueva sexualidad masculina. Evolución en los moldes culturales del deseo. *Revista Internacional de Andrología*, 5(4), 415-420. [https://doi.org/10.1016/S1698-031X\(07\)74097-9](https://doi.org/10.1016/S1698-031X(07)74097-9)
- Badinter, E. (1992). *La Identidad Masculina*. Alianza editorial S.A. <https://es.scribd.com/document/372169335/Badinter-Elizabeth-XY-La-Identidad-Masculina>
- Barros, M. (2020). *La condición femenina*. Grama ediciones.

- Bauer, J. E. (2018). MITOPOIESIS METAPSICOLÓGICA: 11.
- Bernini, L. (2018). Entrevista a Lorenzo Bernini con motivo de la publicación de Las teorías queer. Por Eduardo Nabal Aragon para Orgullos críticos do Sul. 12 09 2018. https://www.academia.edu/37388258/Entrevista_a_Lorenzo_Bernini_con_motivo_de_la_publicaci%C3%B3n_de_Las_teor%C3%ADas_queer_Por_Eduardo_Nabal_Aragon_para_Orgullos_cr%C3%ADticos_do_Sul_12_09_2018
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>
- Bravo Ponce, A. (2020). Abordajes socioculturales sobre prácticas y significados del placer sexual. Iztapalapa. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 88, 43-72. <https://doi.org/10.28928/ri/882020/atc2/bravoponcea>
- Balseca Sanabria, J. L. (2018). Medios de comunicación en la educación sexual, Universidad de Guayaquil. Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/35220>
- Breton, D. L. (2018). La sociología del cuerpo. Siruela.
- Cáceres, C. F., Talavera, V. A., & Mazín Reynoso, R. (2014). Diversidad sexual, salud y ciudadanía. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 30(4). <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2013.304.255>
- Brown, J. L. (2004). Derechos, ciudadanía y mujeres en Argentina.
- Butler desde Leibniz. *Tópicos (México)*, 66, 97-118. <https://doi.org/10.21555/top.v660.2159>
- Calquín Donoso, C. (2020). "Queríamos Cambiar el Mundo, pero el Mundo nos Cambió a Nosotras": Performatividad y Poder Regulador en Protocolos de Género Universitarios. *Revista latinoamericana de educación inclusiva*, 14(2), 39-57. <https://doi.org/10.4067/s0718-73782020000200039>
- Camero Bejarano, B. (2020). El poder transformador de encarnar el fracaso: La representación disidente del género y la corporalidad en *The Wild Boys* y *I love Dick*. <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/32343>
- Carrizo, J. (2018, abril 8). Las máscaras de la masculinidad. Josep Carrizo. <https://www.josepcarrizo.com/las-mascaras-de-la-masculinidad/>
- Casales, R. (2023). Identidad y performance: Revisión crítica de la teoría de género de Butler desde Leibniz. *Tópicos (México)*, 66, 97-118. <https://doi.org/10.21555/top.v660.2159>
- Castañeda, G., & Carolina, D. (2022). Danzando en Tribu: El American Tribal Style como una herramienta para el empoderamiento corporal femenino y la sanación de violencias. <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/17818>
- Castaño, L. A., & Bustamante, C. C. (s. f.). Consumo de pornografía por las y los

- adolescentes del Colegio Manuel j. Calle de la Ciudad de Cuenca. 2008.
- Castoriadis, C. (2013). *La institución imaginaria de la sociedad: Vol. Volumen I*. Tusquets editores.
- Chocron, S., Santacroce, M. Á., & Ziallorenzo, C. (2022). Consumo de cibersexo y síntomas clínicos en estudiantes de psicología de la UNMDP [Thesis]. <http://rpsico.mdp.edu.ar/handle/123456789/1318>
- Cobo Bedía, R. (2019). La cuarta ola feminista y la violencia sexual. *Paradigma: revista universitaria de cultura*, 22, 134-138.
- Cobo, R. (2020). *Pornografía. El placer del poder*. Penguin Random House Grupo Editorial España.
- Colombo, A. (2020). Michel Foucault y el hombre de deseo: 'Las Confesiones de la carne' y los límites de la 'Historia de la sexualidad'. *Anales del Seminario de Historia de la Filosofía*, 37(1), Article 1. <https://doi.org/10.5209/ashf.66164>
- Colombo, M. J., & Sosino, S. N. (2019). Nuevas masculinidades [Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales]. <https://bdigital.uncu.edu.ar/fichas.php?idobjeto=11908>
- Connell, R. W. (1987). *Gender and Power: Society, the Person, and Sexual Politics*. Stanford University Press.
- Corrales, D. C., & Galindo, A. G. (2014). Mujeres objeto, mujeres mercancía. El vínculo causal entre la cosificación de la persona y la trata con fines de explotación sexual. *Trascender la violencia: crítica y propuestas interdisciplinarias para construir la paz*. https://www.academia.edu/16887761/Mujeres_objeto_mujeres_mercanc%C3%ADa_El_v%C3%ADnculo_causal_entre_la_cosificaci%C3%B3n_de_la_persona_y_la_trata_con_fines_de_explotaci%C3%B3n_sexual
- Cruz, A. P., Santana, L. E. G., & Plúa, N. S. A. (2018). Sexualidad responsable Vs Tabúes Sociales. *Revista San Gregorio*, 21, 74-87.
- Delicado-Moratalla, L. (2021). Presentación del monográfico "Pornografía: Una geografía sexual del poder". *Atlánticas. Revista Internacional de Estudios Feministas*, 6(1), 1-14. <https://doi.org/10.17979/arief.2021.6.1.8968>
- De Ridder, S. (2017). *Mediatization and sexuality: An invitation to a deep conversation on values, communicative sexualities, politics and media*.
- Díaz Sánchez, E. M. (2022). *La Invisibilización Del Placer Sexual Femenino: Una Investigación cualitativa basada en las experiencias vitales de diez mujeres*. <https://rodin.uca.es/handle/10498/27383>
- Díaz Zamorano, F. (2020). La corporalidad del silencio: Cuando recuperamos la voz, nos callan el cuerpo. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/179815>

- Docampo, P. L., & Pousada, V. R. (2020). Costes del modelo de masculinidad tradicional en el funcionamiento sexual de los hombres. 37, 16.
- Echeverri, S. M. V., & Fernández Pinto, Manuela. (2022). El feminismo antinuclear y su relevancia actual.
- El Universo. (2022, diciembre 30). 16 millones de búsquedas han generado las páginas pornográficas que están dentro del listado de las más visitadas en Ecuador en 2022; Wikipedia lidera el ranking de sitios más consultados. El Universo. <https://www.eluniverso.com/noticias/informes/16-millones-de-busquedas-han-generado-las-paginas-pornograficas-que-estan-dentro-del-listado-de-las-mas-visitadas-en-ecuador-en-2022-wikipedia-lidera-el-ranking-de-sitios-mas-consultados-nota/>
- Esparza, J. (2019). El cuerpo desrogenizado y el imperio de la genitalidad: reflexiones sobre los delitos de violación y abuso sexual. *Intersticios. Revista sociológica de pensamiento crítico*, 13. <https://www.intersticios.es/>
- Esteban Galarza, M. L. (2011). Crítica del pensamiento amoroso: Temas contemporáneos. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=625767>
- Failla, S. E. (2013). Caperucitas rojas que devienen lobos: Censura y postpornografía en los debates feministas y teoría queer. 7.
- Fajardo, J. Y. A. (2022). Del estigma a la inclusión. *Revista Colombiana de Endocrinología, Diabetes & Metabolismo*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.53853/encr.9.1.713>
- Falleti, V. F. (2006). Los problemas de la construcción del conocimiento en las Ciencias Sociales. Una mirada crítica sobre las nociones clásicas el tipo ideal y la representación. *universitas humanística*, 19.
- Fanjul Peyró, C., López Font, L., & González Oñate, C. (2019). Adolescents and body cult: The influence of Internet advertising in search of the idealised male. *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinaria de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 29, 61-74. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a3>
- Farré, A. F., & Salas, B. L. (2009). El secreto mejor guardado: La sexualidad de las mujeres mayores. *Política y Sociedad*, 46, 13.
- Federici, S., Hendel, V., & Federici, S. (2010). Calibán y la bruja: Mujeres, cuerpo y acumulación primitiva. *Traficantes de Sueños*.
- Fierro, F. (2019). A un swipe de distancia: Una aproximación a ciertas problemáticas sociales del tiempo presente a partir de la aplicación Tinder. *Universidad externada de Colombia Facultad de Ciencias Sociales y Humanas Área Cultura y Soci.*
- Fonseca Hernández, C., & Quintero Soto, M. L. (2009). La Teoría Queer: La deconstrucción de las sexualidades periféricas. *Sociológica (México)*, 24(69), 43-60.

- Gálvez, A. A. C. (2021). Masculinidades virtuales. Un estudio comparado del cuerpo gay a través de Grindr y Tinder. *Estudios LGBTIQ+, Comunicación y Cultura*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.5209/eslg.75394>
- García Alcaraz, J. G., Flores Palacios, M. de F., García Alcaraz, J. G., & Flores Palacios, M. de F. (2021). Interaccionismo simbólico y teoría feminista: Una aproximación psicosocial a los sistemas de significación y desigualdad. *La ventana. Revista de estudios de género*, 6(54), 74-109.
- García Arteaga, V. F., Cruz Coria, E., Mejía Reyes, C., García Arteaga, V. F., Cruz Coria, E., & Mejía Reyes, C. (2022). Factores que impulsan e inhiben el empoderamiento femenino: Una revisión de literatura. *Revista Reflexiones*, 101(1), 121- 140. <https://doi.org/10.15517/rr.v101i1.43649>
- García, B. N. (2018). *La teoría feminista aplicada al ámbito de la salud de las mujeres: Discursos y prácticas (España, 1975-2013)*. 467.
- García, M. R. (2021). Cuerpo(s), comunicación y cultura. Balance académico sobre el cuerpo y la corporalidad como objetos de estudio de la comunicación. *Palabra Clave*, 24(4), Article 4. <https://doi.org/10.5294/pacla.2021.24.4.3>
- García-Rodríguez, G. O. (2019). Aproximaciones al concepto de imaginario social. *Civilizar*, 19(37), 31-42. <https://doi.org/10.22518/usergioa/jour/ccsh/2019.2/a08>
- Gaviria, S. E. (2021). Subjetivación y desubjetivación en el uso de los placeres. 101.
- Gómez Beltrán, I., & Gómez Beltrán, I. (2019). Grindr y la masculinidad hegemónica: Aproximación comparativa al rechazo de la feminidad. *Estudios sociológicos*, 37(109), 39-68. <https://doi.org/10.24201/es.2019v37n109.1644>
- González, L. A. (2006). EL IMAGINARIO SOCIAL COMO PARADIGMA DEL CONOCIMIENTO SOCIOLOGICO. 5, 12.
- González, M. C., García, R. R., & Gutiérrez, J. V. (2022). La admisión o desaprobación pública del desnudo femenino y el destino de los cuerpos ejemplificadores: Entre la pornografía y la performance feminista. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, 19, Article 19. <https://doi.org/10.12795/IC.2022.119.19>
- González, V., Orcasita, L. T., Carrillo, J. P., & Palma-García, D. M. (2017). Comunicación familiar y toma de decisiones en sexualidad entre ascendientes y adolescentes. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 419- 430. <https://doi.org/10.11600/1692715x.1512605022016>
- Guarín-Serrano, R., Mujica-Rodríguez, A. A. M., Cadena-Afanador, L. del P., Useche-Aldana, B. I., Guarín-Serrano, R., Mujica-Rodríguez, A. A. M., Cadena-Afanador, L. del P., & Useche-Aldana, B. I. (2019). Una mirada a la masturbación femenina: Estudio descriptivo transversal en mujeres universitarias del área metropolitana de Bucaramanga, Colombia. *Revista de la Facultad de Medicina*, 67(1), 63-68.

<https://doi.org/10.15446/revfacmed.v67n1.64125>

- Guillén, N. P. (2003). Feminismo y postmodernidad: entre el ser para sí o el ser para los otros.
- Guimaraes, J. F. (2020). Políticas Queer y abyección, o el ano como órgano antinorma. *La ventana. Revista de estudios de género*, 6(52), 40-69.
- Gutiérrez, J. M. S. (2018). ¿Tú quieres más? La economía del deseo*. *Revista Análisis*, 50(93), 449-460.
- Habiaga, V., Rivero, L., Viscardi, N., & Zunino, M. (2022). Lo que el debate dejó: Laicidad, educación sexual y pugnas por los derechos de género en el Uruguay de hoy. <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/handle/20.500.12008/35360>
- Haste, P. (2013). Sex education and masculinity: The 'problem' of boys. *Gender and Education*, 25(4), 515-527. <https://doi.org/10.1080/09540253.2013.789830>
- Hakim, C. (2019). *Capital erótico*. <https://www.casadellibro.com/libro-capital-erotico/9788417636296/9179491>
- Herrera, C. D. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista *Universum*. *Revista General de Información y Documentación*, 28(1), Article 1. <https://doi.org/10.5209/RGID.60813>
- Herrera, L. I. A., & Lara, A. I. T. (2019). Empoderamiento femenino, una perspectiva de tres generaciones en mujeres urbanas de Mérida, Yucatán, México. *CULTURA EDUCACIÓN Y SOCIEDAD*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.17981/cultedusoc.10.1.2019.11>
- Herrera, L. I. A., & Lara, A. I. T. (2019). Empoderamiento femenino, una perspectiva de tres generaciones en mujeres urbanas de Mérida, Yucatán, México. *CULTURA EDUCACIÓN Y SOCIEDAD*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.17981/cultedusoc.10.1.2019.11>
- Kelly, L., & Daneshjoo, S. (2019). Instagram & Body Positivity Among Female Adolescents & Young Adults. *Journal of Adolescent Health*, 64(2), S134-S135. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2018.10.280>
- Klein, J. (2022, agosto 9). La creciente curiosidad por explorar las relaciones abiertas (y dejar atrás la monogamia de forma consensuada). *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-62471280>
- Koziner, N. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. <https://doi.org/10.26422/aucom.2013.0201.koz>
- Lara López, A. L. (2012). Construyendo mi Identidad Sexual: Significados y experiencias en el inicio sexual de una adolescente, migrante mazahua, estudiante de secundaria en la Ciudad de México. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 22, 55-83. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2012.n22-04>
- Learco Borgatello, O. (2007). Imagen y lenguaje arquitectónico: Un análisis transdisciplinar

del caso Fórum Barcelona 2004 [Doctoral thesis, Universitat Politècnica de Catalunya]. En TDX (Tesis Doctorals en Xarxa).
<https://upcommons.upc.edu/handle/2117/93406>

Llanes, L. L., Ballester, G. A., & Elías-Calle, L. C. (2013). Eyaculación y placer sexual en el varón: Una relación compleja y multideterminada. *Revista Sexología y Sociedad*, 19(1), Article
<http://revsexologiaysociedad.sld.cu/index.php/sexologiaysociedad/article/view/11>

Machado Martínez, Y. (2018). ¿Existe una sociología de la sexualidad en Cuba como disciplina científica? *Realidades y retos*.
<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/20140>

Maldonado, A. M., & Contreras, L. Z. (2011). La interacción social en el pensamiento sociológico de Erving Goffman. *Espacios Públicos*, 14(31), 158-175.

Mardones Leiva, K., Apablaza Santis, M., Vaccari Jiménez, P., Mardones Leiva, K., Apablaza Santis, M., & Vaccari Jiménez, P. (2020). Discursividades binarias en las políticas educativas de género y sexualidad en Chile. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 46(1), 399-411. <https://doi.org/10.4067/S0718-07052020000100399>

Medvedeva, T. (2021). Amor y nuevas tecnologías: Reflexiones en torno a la película *Her* (2013) de Spike Jonze. <http://repository.eafit.edu.co/handle/10784/29636>

Merced, H. P. de la. (2020). ¿Sexualidad ortodoxa o heterodoxa? La sexualidad en España en el siglo XXI. *Tendencias Sociales. Revista de Sociología*, 5, Article 5.
<https://doi.org/10.5944/ts.5.2020.27750>

Merlyn, M. F., Jayo, L., Ortiz, D., & Moreta-Herrera, R. (2020). ¿Sexualidad al alcance de un clic? Sobre sexualidad y tecnología en la juventud. *CienciAmérica*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i1.254>

Miranda, D. J. B. (2023). El impacto del lenguaje en el cuerpo de la mujer. *Revista Académica «Voces y Saberes»*, 6(6), Article 6.

Montesinos, R. (2004). Los cambios de la masculinidad como expresión de la transición social. 16.

Mora Parrado, I. N., & Garcia Gutierrez, M. C. (2021). Construcción de la relación de poder y sus límites en las experiencias de dominación - sumisión en las modalidades de bondage y sadomasoquismo en los miembros de la comunidad bdsm colombiana ubicados en la ciudad de Bogotá. *Modulema. Revista científica sobre Diversidad Cultural*, 5, 4- 19. <https://doi.org/10.30827/modulema.v5i0.17027>

Morales Aguayo, K. V. (2020). Análisis narrativo del cuerpo heterosexual en la industria cultural de la pornografía virtual (xvideos.com) [BachelorThesis].
<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/18487>

Morales, A. (2018). Influencia de la religión en las prácticas sexuales de las personas adolescentes en Puerto Rico. *Voces desde el Trabajo Social*, 18-43.
<https://doi.org/10.31919/voces.v6i1.120>


- Otálora, C. (2020). Leyendo a Buñuel con los lentes de Lorca. <http://localhost:8080/xmlui/handle/654321/8299>
- Paredes Cuenca, 2022., & Tigse Villagómez, J. L. (2022). La práctica de sexting en estudiantes universitarios de la carrera de Psicopedagogía de la Universidad Central del Ecuador en el periodo académico 2021-2022 (Bachelor's thesis, Quito: UCE).
- Peña, L. F., & Gualteros, M. F. (2017). Significados construidos frente a la masculinidad en el consumo de productos de higiene y cuidado personal en hombres, con edades entre 25 y 55 años de la ciudad de Bogotá. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/2977>
- Penchansky, M. C. (2021). Reflexiones en torno a la propiedad del cuerpo en clave feminista. *La ventana. Revista de estudios de género*, 6(53), 111-146.
- Ponton-Cevallos, J. M. (2016). Entre el cuerpo y la publicidad: Tensiones de la feminidad en el Ecuador. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 19, Article 19.
- Poot Campos, G. G. (2008). Antropología del cuerpo. Género, itinerarios corporales, identidad y cambio. *Alteridades*, 18(36), 203-205.
- Ramos, C. A. O., & Ramírez, K. S. C. (2021). Industria cultural p1ublicitaria y masculinidades: De la discriminación a la cosificación. *Razón y Palabra*, 25(111), Article 111. <https://doi.org/10.26807/rp.v25i111.1603>
- Ramos, A. M. T., Hurtarte, C. A., & Verduzco, I. L. (2021). Estudio cualitativo sobre los cuerpos, las sexualidades y las adulteces mayores. *Revista Puertorriqueña de Psicología*, 32(1), 50-63.
- Randazzo, F. (2012). Los Imaginarios Sociales Como Herramienta-4781735—Los imaginarios sociales como—Studocu [ISSN 07190166]. <https://www.studocu.com/latam/document/universidad-tecnologica-de-santiago/derecho-empresarial/dialnet-los-imaginarios-sociales-como-herramienta-4781735/26627150>
- Ranea, B. (2021). *Desarmar la masculinidad: Los hombres ante la era del feminismo*. Los Libros De La Catarata.
- Rangel Bernal, L. (2019). Educación sexual en las escuelas mexicanas: Entre el discurso científico laico y la moral religiosa. *Revista Palabra*, «palabra que obra», 19(2), 270- 288. <https://doi.org/10.32997/2346-2884-vol.19-num.2-2019-2548>
- Rivera-Ottenberger, D., Contreras, C. H., Rivera-Ottenberger, D., & Contreras, C. H. (2020). Psicoterapia de Pareja ante el descubrimiento del involucramiento del varón en actividades sexuales por Internet. *Terapia psicológica*, 38(1), 17-28. <https://doi.org/10.4067/S0718-48082020000100017>
- Rodríguez, S. (2019). Narrativas sobre los cuerpos de las mujeres: Sexualidad, publicidad y pornografía. *II Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de Mar del*






- Plata (UNMDP): «La sociología ante las transformaciones de la sociedad argentina» (Mar del Plata, 28 y 29 de marzo de 2019).
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/119643>
- Salazar, J., Montero, M., Sanchez, E., Santoro, E., & Villegas, J. (2012). Percepción Social. En *Psicología social*. Trillas.
- Salvazán, L. N., Almiñán, Y. C., Martínez, O. S., & Castellanos, D. W. (2014). El deseo sexual femenino. Un tema de interés para todos. *Revista Información Científica*, 85(3), 514-525.
- Sanchez (OZANA.), T. O. A. (2021). Feminismo digital. Violencia contra las mujeres y brecha sexista en Internet. Dykinson.
- Sánchez Martínez, J. A. (2010). Cuerpo y tecnología. La virtualidad como espacio de acción contemporánea. *Argumentos (México, D.F.)*, 23(62), 227-244.
- Sanfélix Albelda, J., & López Amores, A. (2019). Sobre la necesidad de estudiar la masculinidad(es) en tiempos de incertidumbre / On the Need to Study Masculinity(s) in Times of Uncertainty. *Asparkia. Investigación feminista*, 35, 15-22. <https://doi.org/10.6035/Asparkia.2019.35.1>
- Sapetti, A. (2006). *Los Senderos Masculinos del Placer*. Editorial Galerna.
- Separavich, M. A. A., & Oliveira, E. de. (2020). Masculinidad, envejecimiento y sexualidad en el proceso salud-enfermedad-cuidado entre hombres trabajadores de Campinas, San Pablo, Brasil. *Salud Colectiva*, 16, e2252.
<https://doi.org/10.18294/sc.2020.2252>
- Silva-Segovia, J., Méndez-Caro, L., & Barrientos-Delgado, J. (2015). Discursos sobre normas relativas a sexualidad en jóvenes del norte de Chile. *Convergencia*, 22(67), 13- 33.
- Sorarrain, S. (2021). *La construcción social de la sexualidad de las mujeres jóvenes [Tesis, Universidad Nacional de La Plata]*.
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/135749>
- Tello, S. (2018). *La influencia de la tecnología sobre la sexualidad humana*.
<https://psicologiyamente.com/sexologia/influencia-tecnologia-sexualidad>
- Torres Cruz, C., Moreno Esparza, H., Torres Cruz, C., & Moreno Esparza, H. (2021). ¿Sociología cuir en México? Apuntes sobre las tensiones conceptuales para los estudios sociológicos de la sexualidad. *Revista interdisciplinaria de estudios de género de El Colegio de México*, 7. <https://doi.org/10.24201/reg.v7i1.551>
- Travesedo-Rojas, R. G. D. (2018). O corpo da mulher na publicidade de revistas femininas de alta circulação. 18.
- Urquiza, D. M. (2021). Construcción de la feminidad del siglo XXI a través del personaje Lisbeth Salander en la película *La chica del dragón tatuado*.
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/18548>
- Valenzuela Gutiérrez, M. E., Meléndez, J. M., Valenzuela Gutiérrez, M. E., & Meléndez, J.

- M. (2019). Normalización del cuerpo femenino. Modelos y prácticas corporales de mujeres jóvenes del noroeste de México. *Región y sociedad*, 31. <https://doi.org/10.22198/rys2019/31/1067>
- Vásconez, R. P. A., Acosta, A. C. S., Peñafiel, E. E. A., Cruz, Á. G. L., & Vizúete, R. E. T. (2022). Percepción sobre la sexualidad en los estudiantes universitarios. *Revista Eugenio Espejo*, 16(1), 59-70.
- Vásquez-Ortega, M. (2020). Hombre, demasiado humano. *Artishock, Revista de Arte Contemporáneo*. https://www.academia.edu/43881227/Hombre_demasiado_humano
- Vega Saldaña, S. M., Barredo Ibáñez, D., & Merchán Clavellino, A. (2019). Percepción de los comportamientos y patrones corporales asignados a la mujer en publicidad. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 44, 162-180. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i44.10>
- Vélez, L. A. (2017). Conocimiento, actitudes y prácticas sobre sexualidad y derechos sexuales en adolescentes de 14 a 17 años en los colegios del cantón Girón. Periodo 2016 a2017. Universidad Católica de Cuenca. <https://dspace.ucacue.edu.ec/handle/ucacue/6874>
- Venegas, M., & Venegas, M. (2020). La masculinidad como máscara: Clase, género y sexualidad en las masculinidades adolescentes. *Convergencia*, 27. <https://doi.org/10.29101/crcs.v27i0.14142>
- Villegas Ramírez, I. M. (2019). Adaptación de la escala de conductas del sexting en adolescentes de instituciones educativas públicas del distrito de Lurigancho Chosica 2019. Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/39398>
- Yobal, S. A. J. (2022). Posibilidades y obstáculos para el desarrollo del proceso de empoderamiento sexual de mujeres jóvenes indígenas. 25(4).
- Zambrano-Plata, G. E., Bautista-Rodriguez, L. M., & López-Zambrano, V. S. (2018). Imaginarios de sexualidad en estudiantes universitarios. *Revista de Salud Pública*, 20(4), 408-414. <https://doi.org/10.15446/rsap.v20n4.52320>
- Zemaitis, S. (2016). Pedagogías de la sexualidad. Antecedentes, conceptos e historia en el campo de la educación sexual de la juventud.







11 Anexos






Anexo A Tabla de revisión de imágenes publicitarias. Revisión hemerotecaria 1982-2000







Descripción del corpus						
Fecha	Imagen	Tipo de producto	Colores Blanco/negro	Artículos de lujo/venta masiva	Estrato económico va dirigido	A que género va dirigido
6/12/1982		Electrodomésticos/ y equipos deportivos	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media alta/ Alta	Mujeres/hombres
12/12/1982		Joyería	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media alta/ Alta	Mujeres
13/12/1982		Colchón	Blanco y negro	Artículos de venta masiva	Clase media/Media alta/Alta	Hombres
13/12/1982		Electrodomésticos/Equipos deportivos	Blanco y negro	Artículos de venta masiva	Clase media/Media alta/Alta	Mujeres/hombres
21/12/1982		Sintetizadores	Blanco y negro	Artículos de venta masiva	Clase media alta/ Alta	Hombres
22/12/1982		Máquinas de cocer	Blanco y negro	Artículos de venta masiva	Clase media/Media alta/Alta	Mujeres







21/12/1982		Juguetes	Blanco y negro	Artículo s de venta masiva	A todos los estratos	Mujeres
29/12/1982		Bebida alcohólica	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media alta/ Alta	Hombres
4/12/1983		Ropa/muñe cas/alcohol	Blanco y negro	Artículo s de venta masiva	Clase media/ media baja/baja	Mujeres
4/12/1983		Lentes	Blanco y negro	Artículo s de venta masiva	A todos los estratos	Hombres
5/12/1983		Agencia de Viajes	Blanco y negro	Artículo s de lujo	Clase media alta/ Alta	Hombres







<p>1/12/1985</p>		<p>Máquina de cocer</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículo s de lujo</p>	<p>Clase media alta/ Alta</p>	<p>Mujeres</p>
<p>1/12/1985</p>		<p>Bicicleta</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículo s de lujo</p>	<p>Clase media/Media alta/Alta</p>	<p>Hombres</p>
<p>1/12/1985</p>		<p>Máquinas para hacer ejercicio</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículo s de lujo</p>	<p>Clase media alta/ Alta</p>	<p>Mujeres</p>
<p>2/12/1985</p>		<p>Artículos de primera necesidad</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículos de venta masiva</p>	<p>A todos los estratos</p>	<p>Mujeres</p>
<p>4/12/1985</p>		<p>Losas prefabricadas</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>A todos los estratos</p>	<p>Hombres</p>
<p>6/12/1985</p>		<p>Electrodomésticos/ y equipos de sonido</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículo s de lujo</p>	<p>Clase media alta/ Alta</p>	<p>Mujeres</p>


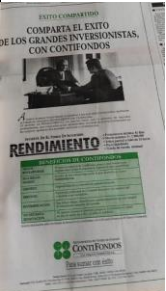




18/12/1985		Lentes	Blanco y negro	Artículos de venta masiva	Clase media/Media alta/Alta	Mujeres
19/12/1985		Reloj	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media alta/ Alta	Hombres
21/12/1985		Depiladora y planchas de cabello	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media alta/ Alta	Mujeres
26/12/1985		Bebida alcohólica	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media alta/ Alta	Hombres
8/12/1986		Parrilla	Colores	Artículos de lujo	A todos los estratos	Mujeres
12/12/1986		Avena	Blanco y negro	Artículos de venta masiva	A todos los estratos	Mujeres







<p>15/12/1986</p>		<p>Plancha</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículo s de lujo</p>	<p>A todos los estratos</p>	<p>Mujeres</p>
<p>16/12/1986</p>		<p>Bebida alcohólica</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículo s de lujo</p>	<p>Clase media alta/Alta</p>	<p>Hombres</p>
<p>19/12/1986</p>		<p>Joyería</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículo s de lujo</p>	<p>Clase media alta/Alta</p>	<p>Mujeres</p>
<p>6/12/1987</p>		<p>Electrodomésticos/ y equipos de sonido</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículo s de lujo</p>	<p>Clase media/ Media alta/Alta</p>	<p>Mujeres</p>
<p>13/12/1987</p>		<p>Joyería</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículo s de lujo</p>	<p>Clase media alta/Alta</p>	<p>Mujeres</p>







15/12/1987		Colchón	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media/Media alta/Alta	Mujeres
20/12/1988		Perfume	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media/Media alta/Alta	Hombres
1/12/1989		Bajar de peso	Blanco y negro	Artículos de venta masiva	Clase media/Media alta/Alta	Mujeres/hombres
7/12/1989		Alfombra	Blanco y negro	Artículos de venta masiva	A todos los estratos	Mujeres
8/12/1989		Artículos de primera necesidad	Blanco y negro	Artículos de venta masiva	A todos los estratos	Mujeres
10/12/1989		Centro comercial (muebles, juguetes decoraciones, lámparas bicicletas)	Colores	Artículos de venta masiva	Clase media/Media alta/Alta	Mujeres







<p>14/12/1989</p>		<p>Joyería</p>	<p>Colores</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>Clase media alta/Alta</p>	<p>Mujeres/hombres</p>
<p>20/12/1989</p>		<p>Bajar de peso</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículos de venta masiva</p>	<p>Clase media/Media alta/Alta</p>	<p>Mujeres</p>
<p>22/12/1989</p>		<p>Edredones</p>	<p>Colores</p>	<p>Artículos de venta masiva</p>	<p>A todos los estratos</p>	<p>Mujeres</p>
<p>5/12/1990</p>		<p>Muebles</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>Clase media/Media alta/Alta</p>	<p>Mujeres</p>
<p>16/12/1990</p>		<p>Radio</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>Clase media/Media alta/Alta</p>	<p>Hombres</p>
<p>23/12/1990</p>		<p>Radio</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>Clase media/Media alta/Alta</p>	<p>Mujeres</p>







4/12/1991		Bajar de peso	Blanco y negro	Artículo s de venta masiva	Clase media/ Media alta/Alta	Mujeres
		Bajar de peso	Blanco/ negro	Artículo s de lujo	Clase media/ Media alta/Alta	Mujeres
7/12/1992		Cristal templado	Blanco y negro	Artículo s de venta masiva	A todos los estratos	Hombres
16/12/1992		Joyería	Blanco y negro	Artículo s de lujo	Clase media alta/ Alta	Mujeres
18/12/1992		Perfumes	Blanco y negro	Artículo s de lujo	Clase media/ Media alta/Alta	Mujeres
3/12/1994		Carro	Blanco y negro	Artículo s de lujo	Clase media alta/ Alta	Hombres

5/12/1994		Tarjeta de crédito	Colores	Artículos de lujo	Clase media alta/Alta	Mujeres
7/12/1994		Fondos de inversión	Colores	Artículos de lujo	Clase media/Media alta/Alta	Hombres
9/12/1994		Bebida alcohólica	Colores	Artículos de venta masiva	A todos los estratos	
9/12/1994		Ropa interior	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media/Media alta/Alta	Hombres
9/12/1994		Ropa	Blanco y negro	Artículos de venta masiva	A todos los estratos	Mujeres
16/12/1994		Máquinas de ejercicio	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media alta/Alta	Hombres

17/12/1994		Electrodomésticos/ y equipos de sonido	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media/ Media alta/Alta	Mujeres
17/12/1994		Ropa	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media/ Media alta/Alta	Mujeres
		Joyería	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media	Mujeres
22/12/1994		Ropa	Blanco y negro	Artículos de venta masiva	Clase media alta/Alta	Mujeres
3/12/1995		Tarjeta de crédito	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media alta/Alta	Hombres
4/12/1995		Fajas	Blanco y negro	Artículos de lujo	Clase media/ Media alta/Alta	Mujeres

<p>5/12/1997</p>		<p>Bajar de peso</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>Clase media/Media alta/Alta</p>	<p>Mujeres</p>
<p>15/12/1997</p>		<p>Electrodomésticos/ y equipos de sonido</p>	<p>Colores</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>Clase media/Media alta/Alta</p>	<p>Mujeres</p>
<p>18/12/1997</p>		<p>Artículos deportivos</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>Clase media/Media alta/Alta</p>	<p>Hombres</p>
<p>18/12/1997</p>		<p>Zapatos</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículos de venta masiva</p>	<p>A todos los estratos</p>	<p>Mujeres</p>
<p>24/12/1997</p>		<p>Máquinas para ejercicio</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>Clase media/Media alta/Alta</p>	<p>Mujeres</p>
<p>1/12/1998.</p>		<p>Ropa</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículos de venta masiva</p>	<p>A todos los estratos</p>	<p>Mujeres/hombres</p>

<p>13/12/1998</p>		<p>Banco</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>A todos los estratos</p>	<p>Hombres</p>
<p>17/12/1998</p>		<p>Electrodomésticos/ y equipos de sonido</p>	<p>Colores</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>Clase media/ Media alta/ Alta</p>	<p>Mujeres</p>
<p>19/12/1998</p>		<p>Joyería</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>Clase media/ Alta</p>	<p>Mujeres</p>
<p>13/12/1999</p>		<p>Electrodomésticos/ y equipos de sonido</p>	<p>Colores</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>Clase media/ Media alta/ Alta</p>	<p>Hombres</p>
<p>16/12/1999</p>		<p>Electrodomésticos/ y equipos de sonido</p>	<p>Blanco y negro</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>Clase media/ Media alta/ Alta</p>	<p>Hombres</p>
<p>1/12/2000</p>		<p>Tratamiento de belleza</p>	<p>Colores</p>	<p>Artículos de lujo</p>	<p>Clase media/ Alta</p>	<p>Mujeres</p>

		Electrodomés- ticos/ y equipos deportivos	Colores	Artículos de lujo	Clase media/Media alta/Alta	Hombres
16/12/2000		Ropa	Blanco y negro	Artículos de venta masiva	Clase media/Media alta/Alta	Hombres
17/12/2000		Artículos del Hogar	Colores	Artículos de venta masiva	Clase media/Media alta/Alta	Mujeres
19/12/2000		Electrodomés- ticos/Equipos deportivos	Colores	Artículos de lujo	Clase media/Media alta/Alta	Mujeres
21/12/2000		Ropa	Blanco y negro	Artículos de venta masiva	Clase media/Media alta/Alta	Hombres
25/12/2000		Ropa	Blanco y negro	Artículos de venta masiva	Clase media/Media alta/Alta	Hombres

Fuente: El Mercurio

Elaboración: Propia

Nota: Se adjunta la primera parte de instrumento como evidencia, todas las variables analizadas dentro de este instrumento se encuentran especificadas en la metodología.

Anexo B Tabla de datos de Observación etnográfica virtual de mujeres

Representación visual Tinder 18-25 años Mujeres			
Representación visual	Tipo de foto	Retrato	0,00%
		Frente a fotógrafo	53,33%
		Frente al espejo	46,67%
		Selfie	0,00%
	Plano	Primer plano	0,00%
		Medio	56,67%
		General	43,33%
	Mirada a la cámara	Sí	36,67%
		No	63,33%
	Parte superior	Desnuda/semidesnuda	43,33%
		Camiseta o derivados	56,67%
		Abrigo	0,00%
	Parte inferior	Piernas tapadas	46,67%
		Piernas al aire	53,33%
	Expresión de feminidad	Presentación femenina casual	36,67%
		Características estereotipadas	63,33%
		Feminidades alternativas	0,00%

Fuente: Usuarios de Tinder

Elaboración: Propia

Anexo C Tabla de datos de Observación etnográfica virtual de hombres

Representación visual Tinder 18-25 años Hombres			
Representación visual	Tipo de foto	Retrato	3,33%
		Frente a fotógrafo	30,00%
		Frente al espejo	60,00%
		Selfie	6,67%
	Plano	Primer plano	3,33%
		Medio	53,33%
		General	43,33%
	Mirada a la cámara	Sí	60,00%
		No	40,00%
	Parte superior	Desnuda/semidesnuda	33,33%
		Camiseta o derivados	40,00%
		Abrigo	26,67%
	Parte inferior	Piernas tapadas	86,67%
		Piernas al aire	13,33%
	Expresión de masculinidad	Presentación masculina casual	36,67%
		Características estereotipadas	56,67%
		Masculinidades alternativas	6,67%

Fuente: Usuarios de Tinder

Elaboración: Propia

Anexo D Formato de consentimiento informado

Consentimiento informado

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas - Carrera de Sociología

Fecha:

Yo, _____, he sido invitada/o a participar en la investigación titulada “Análisis socio cultural de la percepción y vivencia de la corporalidad, placer y sexualidad en tres generaciones de la ciudad de Cuenca en el año 2022”, como parte de una investigación con fines meramente académicos de trabajo de titulación realizada por Paola Isabel Reyes Ramón y dirigido por el antropólogo Pablo Paño Yáñez.

El propósito de esta investigación es entender la incidencia de los aspectos tecnológicos-comunicacionales en la percepción y vivencia de la corporalidad y el placer en la sexualidad en hombres y mujeres en tres generaciones en la ciudad de Cuenca en el año 2022 desde enfoques feministas.

Sin embargo, mi identidad deberá ser protegida y mantenida con la máxima confidencialidad, mi nombre no podrá ser divulgado en ninguna publicación o informe, para la cual se utilizarán códigos garantizando el anonimato. Solo la investigadora podrá tener acceso a los datos recopilados manteniéndolos en un lugar seguro.

Es importante mencionar que soy libre de no contestar las preguntas que considere reservadas, así como de interrumpir la entrevista en caso de incomodidad; con la seguridad de que no recibiré ninguna clase de penalización al respecto.

El participante tendrá derechos como:

- Negarse a ser entrevistado
- Realizar las preguntas o aclaraciones que se crean necesarias durante o antes de la entrevista
- Protección de la privacidad

Mi participación en la presente entrevista es completamente voluntaria, antes de decidir participar he comprendido y leído el propósito del estudio, así como también los derechos como participante, otorgando mi consentimiento para uso de la información que se proporcione dentro de esta investigación.

Firma del participante:

Firma del investigador:

Fecha:

Fecha:

Si tiene alguna pregunta o desea solicitar más información sobre la presente investigación, se podrá comunicas con la Srta. Paola Reyes al correo electrónico: paola.reyes@ucuenca.edu.ec. Agradezco sinceramente su participación en la presente investigación

Anexo E Instrumento metodológico. Guía de entrevista semi-estructurada

Categorías	Preguntas
Datos generales	Para comenzar me gustaría abordar esta entrevista desde la diversidad, es por eso que me gustaría conocer algunos datos generales. Para conservar la privacidad de la información no es necesario decir tu nombre, sin embargo me gustaría conocer ¿Cuál es tu sexo?
	¿Cuál es tu género?
	¿Cuál es tu orientación sexual?
	¿Te identificas con alguna religión? ¿Eres practicante?
	¿Actualmente te encuentras con pareja?
Sexualidad	Sabemos que la primera relacionalidad directa generalmente es con la familia; en este sentido, hablando de sexualidad dentro del círculo familiar ¿Cómo se ha tratado éste tema? ¿Cómo fue la educación sexual recibida?
	¿Cómo se tratan estos temas en el círculo social más cercano, es decir con amigos o personas de confianza? ¿Cuál cree que es la principal diferencia de la socialización de la sexualidad entre familia y amigos?
	¿Qué piensas de la virginidad?
	¿La virginidad o el número de parejas sexuales que ha tenido una persona afecta en algo al momento de elegir pareja?
	¿Qué edad tenías al momento de tu primera relación sexual?
	¿Qué sentiste después de ella? ¿Fue placentera?
	¿Has hecho uso de medios tecnológicos comunicacionales para búsqueda de información sobre sexualidad? ¿Qué clase de información se ha buscado?
	¿dentro de la educación sexual en el círculo familiar o social se han abordado temas a cerca de la masturbación?
	¿Has utilizado medios tecnológicos comunicacionales para la masturbación?
	¿Según su percepción las relaciones sexuales se tienen que dar únicamente dentro de vínculos sentimentales?
	¿Según su percepción cual es la diferencia en el relacionamiento de la pareja sentimental y una pareja ocasional?
	¿Cuál es el número de parejas sexuales que ha tenido (aproximado)?
	¿Consideras en un futuro tener hijos/as?
	¿Consideras que la vivencias de la sexualidad y placer cambia después de tener hijos?
Cuerpo	¿Has escucha o utilizado medios tecnológicos para la búsqueda de parejas o relaciones sexuales?

	¿Consideras que los medios tecnológicos comunicacionales influyen en la creación de un ideal de los cuerpos de hombres y mujeres? ¿Cuál es este ideal?
	¿Consideras que los medios tecnológicos comunicacionales propagan roles de género tradicionales o ha habido una transformación de los roles en medios?
	¿Con que frecuencia has utilizado medios tecnológicos para la búsqueda de material erótico?
	¿Qué tipo de material erótico has buscado?
	¿Consideras este contenido instructivo para la vida sexual personal?
	¿Qué caracteriza lo femenino o masculino?
	¿Desde dónde crees que surge este concepto de lo masculino o femenino? ¿Crees que los medios han aportado a esta idea?
	¿Crees que exista una influencia de ideales del cuerpo al momento de encontrar pareja? ¿Cómo funciona?
	¿Crees que los medios tecnológicos comunicacionales son un medio de expresión seguro?
	¿Te identificas con esa construcción de un cuerpo perfecto? ¿Dentro de tu sentimentalidad de has visto afectada?
	¿Cómo te sientes ahora con tu cuerpo?
Pareja	¿Según tus vivencias has tenido relaciones sexuales fugaces con personas desconocidas o poco conocidas?
	¿Has escuchado de alternativas para parejas como por ejemplo grupos swingers, poli amor, relaciones abiertas? ¿has participado o tienes curiosidad sobre esto?
	¿Crees que estas prácticas se han vuelto más evidentes mediante medios tecnológicos comunicacionales?
	¿Dentro de alguna relación de pareja has incluido otra persona en prácticas sexuales?
	¿Has buscado prácticas nuevas dentro de las relaciones sexuales por medio de herramientas tecnológicas?
	¿Has tenido interacciones cercanas con otra persona de tu propio sexo?
Placer	¿Desde tu experiencia crees que para que haya placer en las relaciones sexuales debe haber penetración?
	¿Según tu experiencia el placer está asociado únicamente por relaciones heterosexuales?
	¿Desde tu experiencia se puede generar placer sin penetración?
	¿Desde tu experiencia has utilizado objetos para la obtención de placer?
	¿Alguna vez has utilizado medios tecnológicos para interacciones con otras personas con el fin de obtener placer?
	¿Según tu experiencia quien obtienen mas placer en las relaciones sexuales? ¿Por qué?

Elaboración: Propia

Anexo F Tabla de operativización de resultados

Preguntas	Objetivo	Concepto	Variable/Categoría	Código	Fuente	Técnica	Resultados	
¿Cómo la incidencia de los aspectos tecnológicos - comunicacionales han influenciado la percepción y vivencia de la corporalidad y el placer en la sexualidad en hombres y mujeres durante tres generaciones dentro de la ciudad de Cuenca en el año 2022?	Objetivo 1: Describir la percepción y vivencia de la corporalidad y el placer en la sexualidad en hombres y mujeres en tres generaciones en la ciudad de Cuenca en el año 2023 desde enfoques feministas.	Sexualidad Sexualidad masculina Sexualidad Femenina Placer	Datos generales	Sexo Identidad de género Orientación sexual Religión Pareja	Hombres/Mujeres entrevistados de la ciudad de Cuenca	Técnica 1: Entrevista semi estructurada	Resultados: Objetivo uno	Percepción y vivencia de la virginidad
			Educación sexual	Educación sexual familiar Educación sexual círculo social Educación sexual Educación formal Educación sexual por medio de medios tecnológicos comunicacionales	Hombres/Mujeres entrevistados de la ciudad de Cuenca			Vivencia de la educación sexual
			Virginidad	Percepción de virginidad Primera relación sexual Autopercepción de la vivencia de la primera relación sexual Edad Percepción de sexo. - sentimentalidad Parejas sexuales	Hombres/Mujeres entrevistados de la ciudad de Cuenca			Percepción y vivencia de la virginidad
			Masturbación	Educación sexual familiar Educación sexual círculo social Educación sexual Educación formal Uso de medio de medios tecnológicos comunicacionales	Hombres/Mujeres entrevistados de la ciudad de Cuenca			Primer acercamiento a la sexualidad y placer Medios tecnológicos comunicacionales Placer y uso de medios tecnológicos comunicacionales

	<p>Objetivo 2: Analizar el impacto de aspectos tecnológicos-comunicacionales sobre la corporalidad y placer de hombres y mujeres en tres generaciones en la ciudad de Cuenca en el año 2023 desde enfoques feministas.</p>	<p>Cuerpo Roles de género Feminidad Masculinidad Deseo</p>	<p>Perfil del cuerpo</p>	<p>Autopercepción Presentación Proyección Idealización Estereotipos</p>	<p>Hombres/Mujeres entrevistados de la ciudad de Cuenca</p> <p>Imágenes publicitarias de periódicos</p> <p>Perfiles de citas</p>	<p>Técnica 1 Entrevista semi estructurada</p> <p>Técnica 2 Revisión hemerográfica</p> <p>Técnica 3: Observación etnográfica virtual de Tinder</p>	<p>Resultado: Objetivo dos</p>	<p>Influencia de medios tecnológicos comunicacionales en la percepción del cuerpo y vivencia de la sexualidad. sección</p>
	<p>Objetivo 3: Analizar la relación entre los aspectos tecnológicos-comunicacionales con la percepción y vivencia de la corporalidad y el placer en la sexualidad en hombres y mujeres en tres generaciones en la ciudad de Cuenca</p>	<p>Cuerpo y aspectos tecnológicos comunicacionales Cultura de consumo Masajes Performatividad y sexualidad Interaccionismo simbólico feminista</p>	<p>Abstinencia</p>	<p>Uso de medios tecnológicos para fines sexuales Uso de medios tecnológicos para fines sentimentales Uso de medios tecnológicos para instruirse dentro de la vida personal sexual Relaciones sexuales ocasionales</p>	<p>Hombres/Mujeres entrevistados de la ciudad de Cuenca</p>	<p>Técnica 1: Entrevista semi estructurada</p>	<p>Resultados : Objetivo tres</p>	<p>Amor y sexualidad Nuevos escenarios de medios tecnológicos comunicacionales en la vivencia de la sexualidad</p>