



APPS SIN VIOLENCIA

.....

**INVESTIGACIÓN SOBRE LAS VIOLENCIAS SEXUALES
QUE LAS MUJERES SUFREN EN APLICACIONES DE CITAS**

COORDINADORA DE PROGRAMA

Mónica Saiz Martínez

REDACCIÓN DEL INFORME

Irene Otero Pérez

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Mónica Saiz Martínez

Irene Otero Pérez

Ana Sofía Crespo Jiménez

DISTRIBUCIÓN DE CUESTIONARIOS

Smartme Analytics

ILUSTRACIONES Y MAQUETACIÓN

Olga Iañez Blanco

CORRECCIÓN ORTOGRÁFICA Y DE ESTILO

Fernando Santos Suarez

1ª edición: 2022

Depósito Legal: M-29920-2022

UN PROYECTO DE



**MUJERES
JÓVENES**
federación

Declarada de Utilidad Pública

FINANCIADO POR



MINISTERIO
DE IGUALDAD

SECRETARÍA DE ESTADO
DE IGUALDAD
Y CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

DELEGACIÓN DEL GOBIERNO
CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

PRESENTACIÓN

Desde **Federación Mujeres Jóvenes (FMJ)**, una organización feminista y juvenil queremos ampliar nuestra área de estudio en materia de violencia sexual con esta investigación “AppsSinViolenciaSexual”, financiada por el Ministerio de Igualdad, poniendo la mirada en aquellas violencias sexuales que los hombres ejercen en los espacios virtuales, de forma más concreta en las aplicaciones de citas. Un espacio donde la investigación social aún no ha entrado de forma exhaustiva, siendo de carácter urgente que lo haga en tanto en cuanto es un espacio usado de forma masiva por mujeres y hombres jóvenes para relacionarse afectiva y sexualmente.

Entre los motivos fundamentales que nos llevan a querer desarrollar esta línea de investigación, se encuentra la constatación, a partir de diferentes estudios, de que el uso de las aplicaciones de citas para establecer relaciones afectivas y sexuales es cada vez más habitual entre la población joven. De esta forma, la violencia sexual contra las mujeres ha adquirido nuevas formas en los espacios virtuales de citas, haciendo que los tradicionales modus operandi de seducción patriarcal, donde se ubica la violencia sexual, se acoplen y se rearmen. Nos urge analizar la realidad social de la violencia sexual que sufren las mujeres jóvenes en los espacios virtuales, para hacer intervenciones ajustadas a las necesidades y prácticas sociales, basándonos en un análisis científico de la realidad. Si bien tenemos informes recientes sobre violencia sexual y mujeres jóvenes en el Estado Español, carecemos de un completo conocimiento sobre las múltiples formas de violencia sexual que las mujeres jóvenes sufren actualmente en nuestro país, y de forma más concreta en los espacios digitales. Desde FMJ nos decantamos por nuevos escenarios de investigación que son de urgente atención por carecer de ellos, mientras están tomando fuerza en la cotidianidad de las mujeres jóvenes tales como las violencias sexuales que las mujeres sufren en aplicaciones de citas. Escenarios reales que requieren de una atención específica por ser un entorno interactivo donde la violencia machista adquiere sus propias formas.

En esta investigación **‘Apps Sin Violencia Sexual’** hemos analizado el continuo de la violencia sexual que se ejerce en las páginas virtuales de citas, desde la más explícita y hostil hasta las diferentes violencias simbólicas no reconocibles y normalizadas, y que son sustentadoras de la violencia sexual más extrema. Así, este estudio supone un acercamiento a esta grave problemática social y una denuncia del mismo evidenciando sus distintas dimensiones.

ADA SANTANA AGUILERA
PRESIDENTA FEDERACIÓN MUJERES JÓVENES

SUMARIO

05

FINALIDAD, OBJETIVOS, JUSTIFICACIÓN Y METODOLOGÍA

11

APORTACIONES TEÓRICAS EN MATERIA DE APLICACIONES DE CITAS Y VIOLENCIA MACHISTA

- ★ Introducción: Violencia machista y redes sociales
- ★ Naturaleza ideológica de la violencia machista: conceptos clave de la Política Sexual.
- ★ Neoliberalismo y discurso patriarcal en sociedades formalmente igualitarias.
- ★ El ideal femenino postfeminista: de «la mujer divertida y audaz» a «#EsaChica».
- ★ La violencia sexual y las sociedades formalmente igualitarias.
- ★ Filosofía de la transgresión: el envoltorio posmoderno de la subordinación femenina.

29

INVESTIGANDO LA VIOLENCIA MACHISTA EN APLICACIONES DE CITAS

- ★ ¿Cómo funciona Tinder?: Apuntes metodológico.
- ★ El ideal femenino en las aplicaciones de citas.
- ★ Violencia en el entorno online.
- ★ Piropos, nudes y sexting.
- ★ Violencia sexual: la deshumanización de las mujeres.
- ★ Sometimiento Cool.
- ★ Prostitución 2.0.
- ★ Violencia mediada por aplicaciones de citas: los encuentros presenciales.

65

CONCLUSIONES

67

ANEXO

76

BIBLIOGRAFÍA

80

AGRADECIMIENTOS

¿POR QUÉ ESTA INVESTIGACIÓN?

En las últimas décadas, Internet se ha convertido en el tejido de comunicación de la sociedad en todos los ámbitos: información, entretenimiento, trabajo, política o relaciones personales (**Castells, 2009**). Entre todas sus aplicaciones, con más de 4.500 millones de usuarias y usuarios a nivel global (Fernández, 2022), las redes sociales constituyen uno de los fenómenos más representativos de la hiperconexión posmoderna, no solo como medios de comunicación de masas sino como mediadoras de nuevos modelos de relaciones. La población joven representa el segmento de usuarios mayoritario en las plataformas con mayor impacto social. En España, los menores de 40 años constituyen el 63,8% de los 24 millones de usuarios de Instagram (**The Social Media Family, 2021**). Con TikTok el porcentaje es aún mayor, con un 65,1% de sus 15 millones de seguidores menor de 35 años (**The Social Media Family, 2021**). Se estima que el 93% de la población entre los 16 y los 24 años y un 83% de aquellos entre 25 y 34 años utilizaban alguna red social en 2022 (**Fernández, 2022**).

En la esfera virtual, la juventud encuentra también un nuevo espacio de construcción de identidad personal «cimentada en el consumo de una serie de discursos y bienes simbólicos generados por la llamada industria cultural en la que las redes sociales tienen un papel destacado» (**Díaz-Altozano et al, 2021, p.23**). En la sociedad de Internet, los códigos de comunicación se renuevan junto con las propias lógicas relacionales. Con el éxito de las redes sociales y la gran aceptación de sus aplicaciones móviles, las de apps de citas se han convertido en unas de las formas más habituales de relacionarse sexoafectivamente entre la población joven. En este contexto, su investigación como nuevo marco relacional

Las redes sociales es uno de los fenómenos más representativos de la hiperconexión posmoderna, no solo como medios de comunicación de masas sino como mediadoras de nuevos modelos de relaciones.



se vuelve imprescindible para la creación de iniciativas o políticas específicas en pos de un entorno más igualitario y seguro para las mujeres.

Bajo la violencia machista en todo su espectro subyace un discurso, socialmente muy arraigado, en torno a una naturaleza distinta y complementaria de los sexos que les confiere a las mujeres una posición subordinada en las esferas pública y privada. A pesar de las leyes y políticas activas de igualdad, la violencia contra las mujeres por el mero hecho de serlo sigue constituyendo un grave problema en las sociedades formalmente igualitarias. Como medidoras de relaciones sexoafectivas, la violencia sexual constituye un objetivo prioritario de la investigación de aplicaciones de citas en una sociedad con datos alarmantes en este sentido.

Según el Instituto Nacional de Estadística, los delitos por violencia sexual crecieron un 35% en 2021 respecto al año anterior. Si bien la situación de 2020 implica un contexto excepcional por la epidemia de COVID y sus consiguientes confinamientos, tomando 2019 como referencia, las cifras se incrementan un 16,4%. De los 3.196 condenados por violencia sexual, un 97,9% fueron varones. En total se cometieron 3.960 delitos, de los cuales 1.556 se condenaron como abuso sexual, 738 como abuso y agresión sexual a menores de 16 años y 592 como prostitución y corrupción a menores. De las 491 agresiones sexuales condenadas, 46 se consideraron delito de violación **(Brunet, 2022)**.

Las redes sociales cobran una importancia clave en la reproducción de los discursos y capitales simbólicos que los jóvenes interiorizan en la construcción de sus identidades y sus relaciones de todo tipo, también las sexoafectivas.

A menudo, la sociedad reduce el concepto de violencia machista a la violencia física o sexual en el ámbito de la pareja o expareja. Sin embargo, bajo estas agresiones socialmente visibles, subyace todo un espectro de violencias psicológicas y simbólicas basadas en el discurso de la diferencia ontológica entre los sexos, frecuentemente normalizadas o incluso socialmente aceptadas. Por este motivo, tal y como dispone la Ley de Protección Integral contra la Violencia de Género 1/2004, resulta esencial que las violencias machistas se aborden «de un modo integral y multidisciplinar, empezando por el proceso de socialización y educación». En dicho texto, cobran una



especial relevancia las representaciones de las mujeres en la publicidad, estableciendo que estas deben ser imágenes respetuosas con la igualdad y la dignidad de las mujeres.

Sin embargo, el imaginario publicitario no es el único legitimador de ideales femeninos construidos sobre estereotipos sexistas socialmente aceptados. Los estudios feministas señalan el ámbito de la creación, el de los medios de comunicación y el del consumo de masas como mundos interconectados que reproducen los valores del sistema patriarcal en sociedades formalmente igualitarias y con políticas de igualdad activas **(De Miguel, 2015, p.24)**. A medio camino entre los medios de comunicación y los productos culturales, con las industrias publicitarias presentes en diversas formas en sus contenidos, las redes sociales cobran una importancia clave en la reproducción de los discursos y capitales simbólicos que los jóvenes interiorizan en la construcción de sus identidades y sus relaciones de todo tipo, también las sexoafectivas. De esta forma, la identificación de los discursos de la desigualdad más consensuados en redes sociales y, específicamente, en redes de citas, serán otro de los objetivos fundamentales de este estudio.

Durante los últimos años, impulsadas por la gran aceptación de las apps móviles, estas aplicaciones han irrumpido con fuerza en el ecosistema de las redes sociales. Tinder, Happn, Guapa, OkCupid o Grindr son algunas de las opciones que el mercado le ofrece a quienes buscan relaciones sexoafectivas de todo tipo. Estas plataformas constituyen «un sistema de relaciones interpersonales práctico, productivo, instantáneo, cómodo y barato» **(Ardèvol, 2005, p.2)**, inserto en las lógicas de consumo vigentes y en los nuevos paradigmas de comunicación interpersonal. Entre todas ellas, Tinder se posiciona como líder entre las audiencias jóvenes, con más de la mitad de sus 75 millones de usuarios en el mundo **(Iqbar, 2022)** en una franja de edad entre los 18 y los 25 años **(Galafate, 2022)**. Dado su elevado impacto entre la juventud, así como su popularidad entre audiencias heterosexuales, hemos seleccionado dicha app como representativa para investigar las posibles violencias machistas que se producen en este tipo de entornos digitales. Esta investigación es pionera en analizar el papel de las aplicaciones de citas desde una perspectiva feminista, siendo escasos los estudios sobre ellas, generalmente centrados en los nuevos modelos de relaciones o en las representaciones de los estereotipos de género.

FINALIDAD

El estudio Apps sin violencia aborda un ámbito fundamental en la actualidad de las relaciones sexoafectivas de la juventud: las aplicaciones de citas. Esta investigación se propone arrojar luz sobre la experiencia de las mujeres jóvenes en estas plataformas, identificando las distintas formas de violencia machista que se producen en las mismas, tanto en sus etapas online como en sus posteriores encuentros presenciales. El estudio analizará las violencias explícitas que se producen en encuentros mediados por estas aplicaciones, como puede ser la violencia sexual, así como las particularidades que el anonimato o la inmediatez le confieren a los entornos digitales. Así mismo, se aproximará a otras violencias de tipo simbólico, especialmente las relativas a la consolidación de los ideales femeninos estereotipados y subordinados que proliferan en la esfera virtual. En la sociedad de la hiperconexión, es fundamental acotar las violencias machistas en el ámbito digital para generar iniciativas e implementar medidas que permitan afrontarlas adecuadamente desde las instituciones, organizaciones privadas y el tercer sector.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Conocer las experiencias y percepciones de las mujeres jóvenes en torno a los distintos tipos de violencias que experimentan en aplicaciones de citas, desde las etapas iniciales en el ámbito virtual hasta en los posteriores encuentros presenciales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los diferentes tipos de violencias que los hombres ejercen contra las mujeres mediante las aplicaciones de citas.
- Visibilizar la relevancia de factores como la lógica de consumo de estas aplicaciones, el anonimato y la inmediatez como particularidades de estas violencias en una sociedad patriarcal.
- Identificar el ideal femenino patriarcal vigente en contenidos mediáticos dirigidos a jóvenes que se difunden en redes sociales, así como en los canales de creadores de contenido de estas plataformas.
- Evidenciar la reproducción de ideales femeninos subordinados en las demandas de los perfiles masculinos como un dispositivo de control patriarcal en la construcción de la identidad de las mujeres.
- Analizar las narrativas que hombres y mujeres utilizan a la hora de realizar sus presentaciones en sus perfiles de citas, en el marco de las lógicas relacionales sexoafectivas heterosexuales y heteronormativas que se activan en estos entornos.

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo esta investigación, hemos aplicado una metodología mixta cuantitativa y cualitativa. Para el análisis cualitativo, partimos de una revisión bibliográfica interdisciplinar basada principalmente en teoría feminista, estudios culturales feministas y sociología. A través de ella, se pretende contextualizar el sistema patriarcal en el marco neoliberal vigente y sus mecanismos de reproducción en las sociedades formalmente igualitarias. Tratándose de una investigación sobre violencia machista en aplicaciones de citas, se le ha prestado una atención destacada a la bibliografía relativa a violencia sexual, así como a aquella dedicada a identificar las tecnologías de reproducción de la desigualdad, especialmente en tanto ideales femeninos subordinados en el patriarcado posmoderno.

Posteriormente, se ha utilizado el método de la observación participante en la propia aplicación de Tinder, inicialmente planificada a través de un perfil femenino con el que visualizar y abrir el chat a 1.400 perfiles masculinos. En esta fase, se ha efectuado un análisis del discurso (texto e imágenes) de los perfiles de varones de 18 a 55 años, así como de los mensajes de chat enviados por ellos al hacer match. Cabe aclarar en este sentido que, si bien el estudio se focaliza en violencia machista en mujeres entre 18 y 35 años, estas pueden relacionarse con hombres de un rango de edad más amplio según su edad y preferencias e incluso por desconocimiento de la configuración de las apps. La política del análisis era de no interacción con los usuarios a través de los mensajes recibidos. Solo en ocasiones excepcionales (7 casos de los 1.400), se respondieron mensajes para clarificar ambigüedades relevantes para la investigación. Los 1.400 perfiles se seleccionaron por orden de aparición en cinco comunidades autónomas en las áreas de: Madrid, Barcelona, Cádiz, Palma de Mallorca y Badajoz. En el rango máximo de 160 km, a menudo incluimos provincias colindantes como en el caso de Segovia, Toledo, Girona, Tarragona, Ibiza, Menorca, Málaga o Cáceres. El único requisito para la selección era que el texto estuviera en un idioma comprensible para el equipo de investigación: español, catalán, inglés o francés.

Tras los resultados obtenidos en esta primera fase, se decidió abrir también un perfil masculino para establecer una comparación de género entre determinadas variables significativas. Con este nuevo perfil se visualizaron y se

Para el análisis cualitativo, partimos de una revisión bibliográfica interdisciplinar para contextualizar el sistema patriarcal en el marco neoliberal vigente y sus mecanismos de reproducción en las sociedades formalmente igualitarias.

trató de abrir el chat a 1.400 usuarias entre 18 y 55 años, con los mismos criterios de orden de aparición e idioma, así como en las mismas localizaciones. De esta manera, se abrió la oportunidad de analizar la interiorización del discurso patriarcal sobre el ideal femenino como una tecnología de gubernamentalidad para las mujeres, efectuando un análisis del discurso sobre sus perfiles (fotografías y texto), así como de los mensajes enviados por las usuarias.

Por último, la recogida de información cuantitativa se ha efectuado a través del método de encuesta, con una muestra total de 963 mujeres heterosexuales entre 18 y 35 años, usuarias de Tinder y con un margen de error muestral de 3,16. La decisión de limitar la muestra a mujeres heterosexuales se tomó con el fin de acotar al máximo posible —al menos en esta primera aproximación— las narrativas heterosexuales y heteronormativas en la búsqueda de relaciones sexoafectivas mediadas por estas redes. La encuesta constaba de 40 preguntas dirigidas a identificar las violencias que las mujeres sufren por el mero hecho de serlo en estos entornos, tanto en sus etapas

iniciales online como en sus posteriores encuentros presenciales.

Esta investigación no pretende confirmar si las usuarias consideran violentas o no determinadas expresiones del machismo, sino indagar en su experiencia con estas manifestaciones en el ámbito de las citas online. Entre las violencias a investigar se encuentra todo el continuo de violencia sexual, del piropo a la violación, y las violencias simbólicas que reproducen modelos femeninos subordinados y denigran a las mujeres que no se adaptan a ellos. Así mismo, ha tratado de acotarse la influencia de la inmediatez o el anonimato propios de la esfera digital como factores de riesgo de la violencia sexual.



MÉTODO DE OBSERVACIÓN PARTICIPANTE EN LA APP DE TINDER

- **Un perfil femenino con el que visualizar y abrir el chat a 1.400 perfiles masculino de 18 a 55 años.**
- **Un perfil masculino para establecer comparación de género entre determinadas variables significativas.**

APORTACIONES TEÓRICAS EN MATERIA DE APLICACIONES DE CITAS Y VIOLENCIA MACHISTA

INTRODUCCIÓN

VIOLENCIA MACHISTA Y REDES SOCIALES

A lo largo de los próximos epígrafes se propone un marco teórico para contextualizar las violencias machistas como manifestaciones estructurales de la desigualdad de las mujeres. En la hiperconexión del paradigma posmoderno, se prestará especial atención a los discursos patriarcales que se reproducen en redes sociales y que las audiencias jóvenes interiorizan. Así, cobrarán una especial relevancia el ideal femenino vigente y sus valores, la filosofía de la transgresión como legitimadora de la subordinación femenina y, por supuesto, la violencia sexual presente en estas plataformas en distintas formas.

NATURALEZA IDEOLÓGICA DE LA VIOLENCIA MACHISTA. CONCEPTOS CLAVE DE LA POLÍTICA SEXUAL

El concepto de violencia machista se concibe para evidenciar «el carácter estructural, ideológico y aprendido de las innumerables violencias sufridas por las mujeres en todo el mundo, incluso en las democracias más avanzadas» (**Puleo, 2013**). La naturaleza ideológica de la violencia machista se aborda con fuerza por las feministas radicales de los años setenta, teorizando sobre la relación política entre los sexos, como el movimiento antirracista ya lo había hecho con la relación política entre las razas. De todos estos análisis, este epígrafe se centrará en la emblemática *Política sexual* de **Kate Millett**, considerada una de las obras más influyentes del siglo XX por su redefinición, en clave feminista, de conceptos fundamentales para la comprensión de la desigualdad estructural de las mujeres, tales como «patriarcado» o «género».

Bajo la influencia de los movimientos de la lucha antirracista o el anticolonialismo europeo, la obra de **Millett** comienza por la necesaria ampliación del concepto tradicional de política. Frente a la concepción de esta como algo exclusivamente relativo a gobiernos y partidos, la escritora actualiza este término como «el conjunto de relaciones y compromisos estructurados de acuerdo con el poder, en virtud de los cuales un grupo de personas queda bajo el control de otro grupo» (**Millett, 1995, p.68**). Con esta nueva acepción, la autora se refiere a grupos socialmente delimitados y coherentes, como clase, raza, casta y, por supuesto, sexo. En la necesidad de incluir las relaciones que

se producen en el ámbito privado en la esfera de lo político —hasta entonces relegada al ámbito público— se constituyó el conocido lema del feminismo radical: «Lo personal es político» (**Hannish, 1970, p.76**).

Sobre esta base, **Millett** es pionera en redefinir el concepto de patriarcado, históricamente consensuado como algo natural y positivo, como la institución política universal en la que se sustenta la subordinación de las mujeres. En su aproximación feminista, la desigualdad histórica entre hombres y mujeres queda ligada a la posesión masculina de las vías de poder. Es decir, el hecho de que la política, las finanzas, la tecnología, el conocimiento, o el ejército siempre hayan estado en manos de los hombres, conlleva «privilegio infalible» para ellos (**Millett, 1995, p.70**). La autora se apoya en las teorías del poder de **Max Weber** para afirmar que el dominio, es decir, la posibilidad de imponer la voluntad propia sobre la del resto, puede manifestarse en las más diversas formas (**Weber en Millett, 1995, p.69**) como, por ejemplo, mediante los usos y costumbres propios de un sistema. De esta forma, **Millett** establece una autoridad social patriarcal bajo los rasgos identitarios y los comportamientos deseados de los sexos en un sistema donde la prioridad de los hombres sobre las mujeres apenas se discute o incluso no se reconoce. Para **Millett**, esto es el fruto de una «colonización interior» más resistente que cualquier segregación o estratificación de las clases (**Millett, 1995, p.70**).

La autora también refiere las ideas de la filósofa **Hanna Arendt** por las que «el gobierno se asienta sobre el poder, que puede estar respaldado por el consenso o impuesto por la violencia» (**Arendt en Millett, 1995, p.68**). La escritora afirma que la clave del consenso en cuanto a la política sexual se halla en la distinta socialización que hombres y mujeres reciben en los valores normativos del patriarcado.

Estas dos vivencias radicalmente distintas condicionan el temperamento, el papel y la posición social para cada uno de los sexos.

construcción del temperamento es una de

KATE MILLET
(1934-2017)

'Política sexual' de Kate Millett, es una de las obras más influyentes del siglo XX por su redefinición de conceptos fundamentales para comprender la desigualdad estructural de las mujeres.



las ideas más iluminadoras de la obra de **Millett**, afirmando que este se forja en unos estereotipos característicos para cada uno de los sexos «basados en las necesidades y en los valores del grupo dominante y dictados por sus miembros en función de lo que más aprecian en sí mismos y de lo que más les conviene exigir de sus subordinados» (**Millett, 1995, p.72**). En este contexto, como si se tratara de dos realidades naturales y complementarias, nos socializamos en una masculinidad de la inteligencia, la valentía, la agresividad o la fuerza y una feminidad de la dulzura, la pasividad, la ignorancia y la docilidad.

En correlación con esta tesis, **Millett** enmarca el papel y el estatus diferenciados que cada sexo ostenta en el sistema de dominación patriarcal: «el papel sexual decreta para cada sexo un código de conductas, ademanes y actitudes altamente elaborado» (**Millett, 1995, p.72**). A los hombres les corresponden los intereses individuales y las ambiciones en todos los campos. A las mujeres, sin embargo, se le otorga el lugar subsidiario del cuidado doméstico y la crianza de la prole. Esta idea radica en la esencia diferente que el patriarcado le otorga a cada sexo, identificando a las mujeres con la naturaleza y a los hombres con la razón (**Amorós, 1992**). A los hombres se les otorga todas las funciones propiamente humanas: el pensamiento crítico, las habilidades lógicas o la individualidad. Las mujeres, reducidas a su capacidad sexual y reproductiva —capacidad que comparten con todos los animales—, se construyen socialmente como un grupo uniforme y subordinado al de los varones. La posición social de cada sexo deriva de la socialización de su temperamento y de los usos y costumbres asociados a su papel social que, a su vez, son categorías concatenadas.

Millett profundiza en las teorías que el reconocido psicoanalista **Robert J. Stoller** publicó en *Sex and Gender* diferenciando de forma clara entre sexo, como realidad material estrictamente biológica, y género, con un significado cultural. La obra de **Stoller** obtuvo un gran impacto académico afirmando que las evidentes diferencias conductuales entre los sexos no son naturales sino «el fruto de un aprendizaje que comienza con la temprana “socialización” del individuo y queda reforzado por las experiencias del adulto» (**Millett, 1995, p.10**). Apoyándose sobre la extensa teoría que **Simone de Beauvoir** elaboró en *El segundo sexo* (1949) sobre la socialización femenina, **Millett** contextualiza la naturaleza constructivista del género en el sistema de dominación patriarcal para refutar los principales mitos sobre la feminidad esencialista.

**Para la escritora
Kate Millet,
el género es la
tecnología de socialización
con la que los individuos
interiorizan los valores del
sistema patriarcal
y reproducen sus usos
y costumbres.**

De esta manera, la autora determina que el género es la tecnología de socialización con la que los individuos interiorizan los valores del sistema patriarcal y reproducen sus usos y costumbres.

Los conceptos de patriarcado y género dotan al análisis feminista de una interpretación propia que posibilita la línea teórica radical, dirigida a combatir la raíz de la opresión de las mujeres. Si bien este análisis se ha centrado en la obra de **Kate Millett**, son muchas las teóricas que han estudiado la naturaleza ideológica de la subordinación de las mujeres. Grandes autoras como **Shulamith Firestone, Adrienne Rich, Catharine MacKinnon, Bell Hooks** o **Susan Brownmiller** abordarán la violencia patriarcal, es decir, la violencia que las mujeres sufren en todas las sociedades por el mero hecho de serlo, desde distintos ángulos que continúan de plena actualidad medio siglo más tarde.

NEOLIBERALISMO Y DISCURSO PATRIARCAL EN SOCIEDADES FORMALMENTE IGUALITARIAS

Es innegable que la sociedad ha evolucionado desde los años setenta y las proclamas del feminismo radical. En las últimas décadas, «las mujeres nos hemos hecho visibles como sujetos políticos con reivindicaciones específicas y estamos consiguiendo llevar a la agenda política nuestros problemas como problemas de toda la sociedad» (**De Miguel, 2015, p.25**). En esta dirección, las sociedades occidentales cuentan con modelos formalmente igualitarios, así como con leyes dirigidas a promover la igualdad entre los sexos y a prevenir las violencias de género con políticas activas en este campo. No obstante, la violencia machista en todo su espectro sigue constituyendo un problema social.

En España, a pesar de la Ley de Igualdad o de la Ley de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, se contabilizan 1.359 feminicidios desde 2010 (Datos Feminicidio.net). Según el *Informe sobre delitos contra la libertad e indemnidad sexual* en España del Ministerio de Interior, en 2021 se denunciaron más de 17.000 delitos de tipo sexual. Un 81% de estos delitos se referían a agresión y abuso sexual, y un 86% de las víctimas eran mujeres. Para comprender este fenómeno en profundidad es indispensable atender tanto a la realidad económica de desigualdad entre los sexos como a los elementos simbólicos que invisibilizan y reproducen la sujeción de las mujeres (**Puleo, 2007**). Para ello, deben identificarse las reinenciones del sistema patriarcal en el paradigma neoliberal en el que se desarrollan las sociedades formalmente igualitarias. Las filósofas y sociólogas feministas apuntan a una evolución de los patriarcados coercitivos tradicionales, es decir, aquellos que estipulan con estrictas leyes, normas y sanciones la conducta femenina, a un nuevo patriarcado del consentimiento,

con unos mecanismos casi invisibilizados en los que «la represión es suplantada por una aparente libertad en la que los individuos, en este caso las propias mujeres, se esfuerzan denodadamente por alcanzar las metas prefijadas del sistema: cánones de estética, seducción, éxito, etc.» **(Puleo, 2005)**.

Con el fin de contextualizar la «libre elección» posmoderna, el análisis del neoliberalismo debe ir más allá de un conjunto de políticas económicas para considerarse un modo de «gubernamentalidad» en el sentido acuñado por **Michel Foucault (2008, p.35)**. Con este término, el filósofo francés se refiere a los discursos con los que las estructuras de poder promueven un sistema de valores e ideas apropiado para que el sistema se reproduzca sin necesidad de utilizar la represión explícita. Es decir, el paradigma ideológico en el que los individuos nos construimos a nosotros mismos como sujetos —los ideales de éxito, de moral o de comportamiento— se origina en los propios sistemas de poder. Cabe señalar la similitud entre la gubernamentalidad foucaultiana y la «colonización interior» o el concepto de género que **Millett** ya había trabajado como herramientas discursivas del sistema patriarcal años antes, estando el análisis de **Foucault** dirigido a la racionalidad instrumental del neoliberalismo.

De acuerdo con su idea de gubernamentalidad, el pensador francés identifica todo un dispositivo de autorregulación, automejora y autovigilancia del ciudadano a las que designa «tecnologías del yo» o «tecnologías del *self*». En la alianza que conforman neoliberalismo y patriarcado, este último encuentra nuevas formas de reinventarse con una serie de tecnologías

específicas para las mujeres que la escritora feminista **Hilary Radner** denomina «tecnología del *sexyness*» **(Radner, 1999)**. **Radner** acuña este concepto para referirse a la importancia central que el patriarcado le otorga al atractivo sexual en la vida de las mujeres. Tras analizar en profundidad todo tipo de productos culturales y publicitarios, la socióloga **Rosalind Gill** afirma que: «En mucha mayor medida que a los hombres, a las mujeres se les exige que trabajen y transformen el *self*, que regulen cada aspecto de su conducta, y que presenten todas sus acciones como elegidas libremente» **(Gill, 2007)**.

Esta «nueva feminidad» **(McRobbie, 2009)**, paradójicamente, se le suele entregar al público convenientemente empaquetado como feminista en todo tipo de contenidos. De la misma forma, el término feminista se utiliza para categorizar una multitud de productos en el mercado —moda, series, maquillaje o música, por citar solo algunos de los más recurrentes— en los que opera como una marca comercial, proyectando en sus

El posfeminismo entiende que los contenidos que consumen las mujeres son libremente elegidos como parte de una hipotética naturaleza femenina, sin cuestionar las estructuras de poder subyacentes a su elección.

consumidores valores de empoderamiento y transgresión. La resignificación del feminismo del movimiento político por la emancipación de las mujeres a esta otra acepción vaciada con la que se designa o se vende «lo relativo a las mujeres» ha sido analizada como posfeminismo por autoras referentes en los estudios culturales feministas.

La socióloga feminista **Rosalind Gill** señala que el posfeminismo mediático no constituye en sí un término político ni epistemológico, sino más bien una sensibilidad que recoge las distintas articulaciones del género en los medios con una perspectiva analítica en lugar de como objeto crítico. Es decir, el posfeminismo entiende que los contenidos que consumen las mujeres son libremente elegidos como parte de una hipotética naturaleza femenina, sin cuestionar las estructuras de poder subyacentes a su elección. «Esta nueva noción enfatiza la naturaleza contradictoria del discurso posfeminista y la maraña de temas feministas y antifeministas que contiene» (**Gill, 2007, p.149**). Para **Angela McRobbie**, referente en estudios culturales feministas, el posfeminismo constituye una reacción patriarcal para desarticular el feminismo. Este proceso opera a través de una política cultural de «una fuerza que devalúa, o niega y hace impensable el fundamento mismo de la unión» (**McRobbie, 2009, p.26**). Frente a la posibilidad de continuar la lucha feminista, a las mujeres jóvenes se le ofrece un acceso a la educación y al mercado laboral hipotéticamente igualitarios, junto con la ilusión del empoderamiento femenino a través de la sensualidad y la sexualidad. Estos sustitutos posfeministas están marcados por un individualismo agresivo y un hedonismo consumista, y atravesados por tropos de libertad, empoderamiento y elección personal.

EL IDEAL FEMENINO POSFEMINISTA. DE "LA MUJER DIVERTIDA Y AUDAZ" A "#EsaChica"

A principios de siglo, el ideal femenino posmoderno fue bautizado como «la mujer divertida y audaz» («*the fun fearless female*»), por los analistas **David Machin** y **Joanna Thornborrow (2003, p.458)**. Si bien los adjetivos ‘divertida y audaz’ constituirían cualidades inicialmente deseables o subjetificadoras —que nos construyen como sujeto activo—, ambos están dirigidos a calificar la capacidad de esta nueva mujer de erotizar a los hombres y no a definir a la propia mujer. Tras su estudio sobre las narrativas posfeministas presentes en la revista *Cosmopolitan*, los investigadores determinaron que las palabras «poderosa» y «ambiciosa» surgían, casi en exclusiva, en torno al placer masculino en titulares y afirmaciones como: «Conviértete en la diosa sexy que sueña tu hombre», «Su reacción me hizo sentir poderosa», «Lo he incorporado a mi repertorio sexual porque las respuestas que consigo me ponen en lo alto de su lista y me hacen sentir una diva sexual». **Machin** y **Thornborrow** señalaban también como, a pesar de las consignas abstractas de independencia o toma de



control femenino, los relatos posfeministas mantenían el ideal de mujeres ingenuas y vulnerables e instaban a depositar su autoimagen y su sentido de poder en manos de las reacciones u opiniones de los hombres (**Machin, Thornborrow, 2003, p.464**).

Con la aparición de los medios digitales y las redes sociales, los contenidos en torno a la belleza y el atractivo sexual de las mujeres han proliferado y se han especializado hasta el extremo en todas sus variables. Instagram, Youtube o TikTok albergan infinitos tutoriales sobre rutinas de belleza o moda, con nuevos requerimientos a los que las mujeres deben someterse para utilizar «el poder de su feminidad», entendida en el régimen posfeminista como una propiedad corporal innata de las mujeres (**Gill, 2008**), lejos del análisis constructivista del feminismo. Las rutinas de belleza, por ejemplo, son la base de miles de contenidos en la red y una muestra ilustrativa de la alianza patriarcado-neoliberalismo. En ellos, medios de belleza o creadores de contenido explican los procedimientos diarios para el cuidado de la piel femenina, con una media de seis pasos —y otros tantos productos que consumir—, que deben llevarse a cabo por la mañana y por la noche. Por citar solo un par entre los miles disponibles, vídeos como *Model Morning Routine | Breakfast, Skincare, Hair* (Youtube @Romee Strijd) o *La rutina MILLONARIA de Kim Kardashian!! 18 pasos y MILES de DOLARES!!* (Youtube

@Mariale) cuentan con 4,3 y 1,9 millones de visitas, respectivamente.

Con los tutoriales de maquillaje sucede algo similar y son aún más específicos con los «defectos» que las mujeres «deben» aprender a camuflar. Así, algunas «necesidades» de la belleza normativa previas a Internet se mantienen. Si introducimos en el buscador de Youtube «Maquillaje para nariz» el buscador lo completa con las siguientes categorías posibles: grande, aguileña, larga, ancha, desviada, torcida, con joroba o chueca. Con la sociedad hipervisual y los filtros fotográficos distorsionando la realidad, surgen también nuevas imperfecciones, como el volumen de los labios, la piel perfecta a nivel digital o el fenómeno —omnipresente— del párpado caído. Por dar una idea del alcance, la búsqueda de «párpado caído» (en español) proporciona más de 220.000 contenidos en Google¹ y un vídeo como *Maquillaje de ojos con párpado caído: errores y aciertos* (Youtube @Nena) cuenta con cerca de seis millones de visitas.

La feminidad y el atractivo sexual se promueven como un estilo de vida en sí mismos: técnicas y tratamientos de belleza, moda, dieta, cirugía plástica, ejercicio, sexualidad, decoración o relaciones de pareja son contenidos habituales en «medios femeninos» y el contenido casi único de influencers de referencia como las hermanas Kardashian (la más seguida de ellas, Kylie Jenner, cuenta con 370 millones de followers en Instagram). Es reseñable también el auge de la cirugía estética en mujeres muy jóvenes, como una reivindicación de mejora personal. Las operaciones de influenciadoras y aspirantes titulan miles de contenidos en redes sociales o plataformas de contenido para jóvenes. Los vídeos de la plataforma de Mediaset mtmad, donde influenciadoras de telerrealidad suben contenido exclusivo para sus seguidores, alcanzaron más de 48 millones de visitas en 2021 (**Mtmad, 2021**). La cirugía es una temática recurrente en sus contenidos donde pueden leerle titulares como: «M. desvela todas sus operaciones estéticas» (Canal Libre, mtmad) —la protagonista tiene 22 años en el momento de grabar este vídeo— o «M. se somete a su segunda operación de pecho y muestra el resultado en exclusiva [...]» (Canal Blondy, mtmad). Este último, además, registra en vídeo la intervención quirúrgica completa de la mujer.

Tratamientos de belleza, moda, cirugía plástica, ejercicio, sexualidad, decoración o relaciones de pareja son contenidos habituales en «medios femeninos» y casi el único de influencers de referencia.

En 2021, TikTok popularizó el término «THAT girl» para referirse al ideal de joven exitosa al que las mujeres deben aspirar. «Esa chica» constituye uno de los últimos ejemplos del sujeto neoliberal profundamente generizado (**Gill, 2007**) que se define por estar comprometida con

1) Consultado el 15 de noviembre de 2022.

dieta, ejercicio o rutinas de belleza como una obligación del autocuidado. En redes y medios proliferan todo tipo de guías —artículos, vídeos, vídeos cortos, tutoriales con fotos...— para convertirse en «Esa Chica». En su artículo *Be that girl*, Wikipedia explica cómo convertirse en la chica perfecta en nueve «sencillos» pasos que van desde «Elige un corte de pelo apropiado», «Cuida tu piel», «Flirtea» a «Elige ropa de calidad» o «Imagina que eres tu *celebrity* favorita y ve muchos contenidos sobre ella». Cada paso se detalla con consejos como «Pregunta a amigos y familia si ese corte de pelo te quedará bien. También a los estilistas», «Una mala piel es la pesadilla de todas las mujeres» o «[si ves muchos contenidos sobre tu *celebrity* favorita] comenzarás a imitar sus gestos sin darte cuenta». Entre los aspectos psicológicos, la guía promueve pasos como «Sé feliz»: «La gente gravita en torno a la gente feliz y huye de la gente triste que no puede parar de hablar de lo dura que es su vida». Por citar la presencia de esta corriente en un par de redes, en Youtube es posible encontrar un sinfín de guías como *The ultimate guide to become THAT girl* (Canal @VanessaTiiu) con más de cinco millones de visitas o *Attempting to become "THAT GIRL" / getting my life back together* de la *influencer* adolescente Erika Diane con más de dos millones de visitas². En TikTok abundan vídeos cortos en esta dirección e incluso canales dedicados exclusivamente a este tema.

Como explican **Favaro y de Miguel (2016)**, «para esta “modernizada” versión neoliberal de la feminidad, cada vez es más imprescindible que todo esto se (re)presente como libremente elegido (p.12). Y lo crucial para que funcione el nuevo régimen patriarcal-neoliberal es que el hombre desaparezca como fuerza determinante». La hipersexualización de las mujeres, como rasgo ontológico, se ha convertido, junto con su atractivo, en la otra gran herramienta de la socialización de género. Para definir este fenómeno identitario, **Laura Harvey y Rosalind Gill** acuñan el término «emprendimiento sexual» (*sexual entrepreneurship*). La «empresaria sexual» se construye a través de una serie de discursos que representan el sexo como un «trabajo» que requiere constante esfuerzo y puesta el día, así como un «presupuesto suficiente para un armario lleno de ropa sexy y cajones abarrotados de juguetes sexuales» (**Harvey y Gill, 2011**). **De Miguel y Favaro (2016)** definen este fenómeno como la «pornificación de la cultura», una reacción patriarcal y neoliberal contra los valores de una sociedad igualitaria que parte de la afirmación de que la pornografía no solo es inevitable, sino que mejora que la vida personal, amorosa e incluso laboral de las mujeres (p.2).

La hipersexualización de las mujeres, como rasgo ontológico, se ha convertido, junto con su atractivo, en la otra gran herramienta de la socialización de género.

.....
2) Este vídeo no se recogerá en la bibliografía por ser su protagonista menor de edad en el momento de su grabación.

UNA IDENTIDAD FEMENINA BASADA EN EL ATRACTIVO Y LA SEXUALIDAD

Bajo el paraguas del posfeminismo se vende —y se consume— una nueva identidad femenina cimentada en el atractivo y la sexualidad de las mujeres. La posesión de un «cuerpo sexy» se representa en los medios de comunicación, la publicidad y los productos culturales como la principal fuente de poder e identidad femenina, lo que conlleva un cambio de paradigma fundamental conocido como «el giro de la objetificación a la subjetificación» (Gill, 2007, p. 150). Es decir, las mujeres interiorizan la objetificación sexual como una parte esencial de su hipotética feminidad natural y se convierten en sujetos activos »que eligen presentarse a sí mismas de una manera aparentemente cosificada porque responde a sus intereses deliberados hacerlo» (Gill, 2007, p.151) En su análisis sobre las tecnologías del *sexyness*, Radner recalca que «las representaciones sobre el cuerpo siguen patrones basados en significados y representaciones corporales de la cultura popular, es decir, aquella producida por los medios de comunicación y de consumo masivo» (Radner, 1999) que funcionan como modelos a seguir en el sistema patriarcal. Este nuevo «régimen de género» (McRobbie, 2009b, p.323) está marcado por una alarmante autovigilancia en aras de la «mejora personal» de ser más bella o más sexy en pos de un ideal impuesto por el patriarcado, inalcanzable en todos los sentidos.

La escritora americana **Naomi Wolf** teorizaba ampliamente sobre la obligatoriedad de la belleza femenina en su emblemático ensayo *El mito de la belleza*. Para **Wolf** (2015), «la ideología de la belleza constituye el último mecanismo de control de las mujeres» (p.3). El mito se cimienta sobre la idea de que existe un único modelo de belleza femenina y que este supone un imperativo para las mujeres. En el relato patriarcal, los hombres perseguirían esta belleza normativa empujados por la biología y la fuerza de la evolución de la especie, como un mecanismo de selección sexual. La condición de los hombres como «seres visuales» en busca inconsciente de «mujeres fértiles con las que mejorar la especie» se legitima desde distintas disciplinas, como la psicología evolutiva (Wolf, 2015, De Miguel, Favaro, 2016, p.15), que no contemplan —a pesar de ser la belleza un constructo cambiante por épocas y sociedades— factores culturales o estructuras opresivas bajo este mandato. En la tiranía de la belleza y la juventud, algo tan trivial y subjetivo como el aspecto físico consume el tiempo y el amor propio de las mujeres mientras las define como objetos sexuales biológicamente jerarquizados para los hombres. Para **Wolf**, la ideología de la belleza femenina constituye «la función de sometimiento social que los mitos sobre la maternidad, la domesticidad, la castidad y la pasividad ya no pueden ejercer» en las sociedades formalmente igualitarias.

LA VIOLENCIA SEXUAL Y LAS SOCIEDADES FORMALMENTE IGUALITARIAS

Tratando esta investigación de relaciones mediadas por aplicaciones de citas, es imprescindible contextualizar la violencia sexual como violencia de género en el sistema de dominación patriarcal. En los años setenta, el feminismo radical teorizó ampliamente sobre esta tipología de violencia machista como una herramienta fundamental de la política sexual del sistema sexo-género. Volviendo a la idea de **Arendt** sobre el poder —«que puede estar respaldado por el consenso o impuesto por la violencia» (**Arendt en Millet, 1995**) — la fuerza soporta el sistema de patriarcal cuando el consenso se vuelve insuficiente. Al igual que en otras ideologías dominantes, como el racismo, la violencia no constituye solo una medida de excepcionalidad, sino también un instrumento de intimidación constante (**Millett, 1995**). En ese sentido, la violencia sexual, en todo su continuo, constituye una de las formas más crudas y habituales de violencia machista que sufren las mujeres jóvenes, también en sociedades formalmente igualitarias y con políticas activas en materia de igualdad.

Como explicaba **Susan Bordo (2001)**, el imaginario patriarcal occidental reproduce a las mujeres de manera cosificada y provocadora, como «invitantes cuerpos femeninos» culpables de los ataques sexuales que sufren (Federación Mujeres Jóvenes, 2020). Si bien es cierto que se han realizado notables avances de concienciación con la visibilización y el análisis feminista de casos como el #MeToo o la violación grupal de «La Manada», también lo es que la grabación de este último fue el video más buscado en la web pornográfica Pornhub en 2016. Frente al consenso de la mayor parte de la sociedad condenando los abusos sexuales a niñas y jóvenes, también es verdadero afirmar que buena parte de los videos que promueven estas páginas incluyen imágenes que erotizan la infancia, con mujeres muy jóvenes, caracterizadas como niñas (**Alario, 2021**). Este fenómeno contradictorio ha sido denominado como “la doble verdad” por la filósofa **Ana de Miguel**.

El dolor de las mujeres se ha convertido en una parte esencial para la erotización de los varones en los vídeos que integran las webs pornográficas a nivel global.

El dolor de las mujeres, por otra parte, parece haberse convertido en una parte esencial para la erotización de los varones en los vídeos que integran las webs pornográficas a nivel global, con escupitajos en la cara, ahogamientos, eyaculaciones en la cara o azotes en cara y vulva acompañando todo tipo de prácticas sexuales. Para **Alario**,

«esta excitación con el sufrimiento no es únicamente sexual, sino que está íntimamente vinculada al poder. Lo que excita de esta práctica es, precisamente, [...] que se afirme que el hombre tiene “derecho” a obtener placer en una práctica que produce dolor y desagrado a la mujer; que la falta de reciprocidad sea tan grande que la mujer quede reducida a un cuerpo a su servicio sexual» **(Alario, 2021)**.

En esta línea, es reseñable la popularidad que el masoquismo ha experimentado en redes sociales y medios de comunicación en los últimos años. Este fenómeno, que se difunde en términos neutros sobre las relaciones heterosexuales —las mujeres hipotéticamente pueden ser «amas» o «sumisas» según su «libre» preferencia sexual— se genera en la misma estructura de desigualdad patriarcal que preconiza la sumisión femenina. En TikTok³, por ejemplo, la etiqueta *#educacionBDSM* cuenta con más de 6,4 millones de visualizaciones. En estos vídeos, distintos hombres aportan «consejos» para adiestrar mujeres sumisas.

Por supuesto, también existe la etiqueta *#dominatrix*, con más de 260 millones de visualizaciones. A diferencia del anterior, donde los hombres vestían ropa casual y hablaban de adiestramiento, esta etiqueta parece mostrar contenidos dirigidos al disfrute masculino con vídeos de mujeres vestidas de cuero e hipersexualizadas, a menudo con otras mujeres o realizando bailes sensuales u órdenes en solitario. En varios contenidos se combinaba con la etiqueta *#sugar*. La etiqueta *#sumisa* cuenta con más de 87 millones de visualizaciones de vídeos que muestran mujeres siendo abofeteadas, en posiciones de sumisión o exaltando el placer de ser sometidas. En la hipotética libertad de elección de roles de los juegos de masoquismo, es importante recordar cómo «los rituales que ocupan los relatos pornográficos exigen a las mujeres que abduquen de sus deseos y rehagan su sexualidad para satisfacer los deseos del varón» **(Cobo, 2018, p.9)**.

En definitiva, el discurso de la inferioridad de las mujeres subyace a la violencia sexual en todas sus formas: de las violencias sexuales más simbólicas, como los piropos, hasta las más explícitas, como la violación, desde la violación por parte de un desconocido a la que se produce en el ámbito de la pareja. Sin embargo, podemos encontrar una nueva narrativa glamurosa de la sumisión sexual femenina como empoderante, liberadora y sobre todo libremente bajo la que subyace el poderoso relato patriarcal de la filosofía de la transgresión. Esta narrativa junto con la de las disidencias sexuales, se analizará en el siguiente epígrafe en relación con el blanqueamiento actual de la mercantilización de las mujeres.

.....
3) Etiquetas chequeadas el 18 de diciembre de 2022

LA DOBLE VERDAD

La filósofa **Ana de Miguel** denomina como «la doble verdad» al fenómeno en el que la juventud aprende que hombres y mujeres son iguales, por un lado, mientras que, por el otro, interiorizan la posición deshumanizada de las mujeres como objetos sexuales mediante la pornificación cultural y la pornografía explícita. A pesar de la evolución de la «masculinidad hegemónica», cabe destacar que las nuevas masculinidades «también se confirman a través de prácticas social y discursivamente reguladas que, estando originadas en la cultura patriarcal, reproducen sus dinámicas de poder» (**Sambade, 2019**).

Para la socióloga feminista **Rosa Cobo** (2018), «el porno es un fenómeno social que se ha incrustado en nuestras sociedades con tal intensidad que ya forma parte de la cultura popular» (p.10). La idea de que la pornografía se genera en el territorio de la libertad sexual y de que la sexualidad que promueve es la sexualidad «natural» forma parte del imaginario social contemporáneo. Para **Mónica Alario**, quien centró su investigación *Política sexual de la pornografía. Sexo, desigualdad, violencia* en el visionado de las páginas de pornografía más visitadas, Xvideos y Pornhub, «esto es altamente problemático [...] porque el modelo de sexo que presenta la pornografía es un modelo patriarcal, basado en un esquema sujeto-objeto, que normaliza y erotiza la ausencia de deseo y consentimiento de las mujeres, es decir, la violencia sexual contra ellas» (**Alario, 2021**). La pornografía no se construye en una estructura libre, sino que «actúa como un dispositivo indispensable para la política sexual del patriarcado, que, de un lado, refuerza la masculinidad hegemónica y, de otro, silencia la sexualidad de las mujeres» (**Cobo, 2018, p.9**). Como afirmaba Adrienne Rich: «El mensaje más pernicioso comunicado por la pornografía es que las mujeres son las presas sexuales del hombre y que les encanta» (**Rich en Cobo, 2018, p.14**). En el clima posfeminista del emprendimiento sexual y la pornificación cultural, esto queda palpable «en el requerimiento de que las mujeres realicen actos sexuales —incluso no deseados— de una manera activa, entusiasta y emocionalmente comprometida para aumentar el placer del hombre» (**De Miguel, Favaro, 2016**).

FILOSOFÍA DE LA TRANSGRESIÓN. EL ENVOLTORIO POSMODERNO DE LA SUBORDINACIÓN FEMENINA

Como consecuencia última del ideal patriarcal de la emprendedora sexual, violencias estructurales contra las mujeres como la pornografía o la prostitución han experimentado un efectivo proceso de romantización en las últimas dos décadas. En el marco de la libre elección, el individualismo y el consumo, estas instituciones patriarcales se representan como empoderantes e incluso «disidentes» de una «sexualidad normativa» **(Rubin, 1984, p.139)** en medios de comunicación y productos culturales. La pornificación cultural también prepara a la sociedad para aceptar la prostitución «como una realidad social vinculada a la naturaleza de las mujeres y como un hecho social desprovisto de cualquier carácter político» **(Cobo, 2018, p.13)**. Desde el discurso del empoderamiento sexual, se normaliza que los hombres puedan acceder a los cuerpos de mujeres que no les desean a cambio de dinero, pero siempre en aras del «derecho» patriarcal-neoliberal de las mujeres a mercantilizarse como objetos de consumo masculino. Como explica el sociólogo **Richard Poulin**, a pesar de la consigna repetitiva de la libre elección, «el discurso de la hipersexualización sigue calando más profundamente en las mujeres económicamente más vulnerables y con menor acceso a recursos educativos o laborales. Es decir, la mercantilización de los cuerpos mantiene un carácter marcadamente clasista y/o étnico» **(Poulin en Cobo, 2018, p.12)**.

El discurso de la hipersexualización sigue calando más en las mujeres económicamente vulnerables y con menor acceso a recursos educativos o laborales.

El discurso despolitizado sobre las industrias de explotación sexual goza de una enorme popularidad en medios y redes sociales, especialmente en las dirigidas a audiencias jóvenes. Para comprender el origen de este fenómeno es necesario volver la mirada a la Revolución Sexual y al paradigma de la filosofía de la transgresión **(Puleo, 1999, p.199)**. En los años sesenta, la juventud se levantó contra las imposiciones del capitalismo y la burguesía exigiendo una sociedad más libre e igualitaria con el foco en las relaciones personales. Al grito de «haz el amor y no la guerra», la sexualidad se convirtió en la clave para la liberación del capitalismo, «un lugar de cobijo y rechazo de la lógica instrumental y del beneficio» **(De Miguel, 2015-b, p.22)**. El feminismo radical encaró este momento crucial con el análisis de la dimensión política de la sexualidad de la mano de grandes teóricas y activistas como **Kate Millett**, **Shulamith Firestone** o **Adrienne Rich**, denunciando la doble moral sexual para hombres y mujeres o la heterosexualidad normativa y

reivindicando el derecho de las mujeres a una sexualidad placentera junto con sus derechos reproductivos (**De Miguel, 2015-b**).

A pesar de sus postulados subversivos iniciales, la revolución pronto se sumió en una deriva patriarcal y neoliberal en la que la sexualidad igualitaria y liberadora de las consignas freudomarxistas se vio desplazada por las ideas de la sexualidad soberana de pensadores como **George Bataille**. En obras tan influyentes para la cultura occidental como *El erotismo*, el escritor francés recuperaba la idea sadiana de que dominación y destrucción están intrínsecamente ligadas al deseo sexual de los varones (**Puleo, 2015, p.135**). Su teoría presupone una diferencia clave entre sexualidad y erotismo en la que la sexualidad es un acto animal para la reproducción, pero el erotismo, el verdadero placer, solo surge con la transgresión de las normas que comienzan con el cristianismo y con las reglas que este establece sobre la sexualidad: el incesto y la «distribución» de las mujeres (**Puleo, 2015, 130**). Frente a sexualidad luminosa y libre de la primera etapa de la revolución sexual, **Bataille** le concede al sexo una dimensión trágico-mística como «sacrificio ritual» donde el hombre es el «sacrificador sangriento» y la mujer el «animal inmolado» (**Bataille en Puleo, 2015**). Es decir, el erotismo bataillano exalta una heterosexualidad en la que la dominación masculina y la violencia son una esencia del varón. **Bataille** también concreta el ideal de feminidad de la prostituta por representar, según el pensador, «el estigma y la vergüenza» como transgresora de las normas (**Puleo, 1999**).

Bajo la narrativa patriarcal, se reafirma la idea del placer sexual como un derecho masculino y la idea del sometimiento femenino como liberadora y complementaria.

Bajo esta poderosa narrativa patriarcal, se reafirma la idea del placer sexual como derecho masculino y la idea del sometimiento femenino como liberadora y complementaria. La filosofía de la transgresión, no tan conocida para el gran público en su versión conceptual o teórica, tuvo un tremendo impacto en la contracultura del momento imbuyendo sus manifestaciones artísticas y catalizando el actual patriarcado posmoderno. Se inspiran en el ideal de la mujer prostituta y la subordinación femenina películas como *El último tango en París* o *Belle de Jour*, o la obra literaria de **Bukowski** o **Henry Miller**⁴ por citar solo algunos de las decenas de ejemplos de la época. La filosofía de la virilidad soberana se reprodujo con la misma rapidez en nuevos medios de comunicación como Playboy o Penthouse, que abrieron el camino a la industria de la cosificación de las mujeres (**De Miguel, 2015, p.128**). El paradigma de la filosofía de la transgresión

4) La obra de Miller está ampliamente analizada en "Política Sexual" por Kate Millett.



ha colonizado profundamente la cultura contemporánea y su relato patriarcal sobre la sexualidad. La deshumanización de las mujeres, así mismo, entronca directamente con las industrias del sexo del paradigma neoliberal.

La filosofía de la transgresión está presente también en la teoría de las disidencias sexuales, que detonó las llamadas «Guerras del Sexo» en el seno del movimiento feminista en los años ochenta. Por aquel entonces, un grupo de influyentes teóricas y activistas feministas, como **Gayle Rubin** o **Alice Echols**, manifestaron su desacuerdo con la interpretación del feminismo radical en torno a la sexualidad, especialmente en lo relativo a sus posturas abolicionistas sobre la mercantilización de las mujeres. En *Placer y Peligro* (**Vance, 1984**) se recogen las actas de la *Barnard Conference on Sexuality* de las que el artículo *Notas para una teoría radical de la sexualidad* de **Gayle Rubin** constituye el más reconocido y polémico. En este texto, **Rubin** sustituye el análisis de la jerarquía del sistema sexo-género por el de una nueva jerarquía, la de la sexualidad y sus prácticas (**Ávila Bravo-Villasante, 2019, p.126**). En la parte más alta de la jerarquía, la antropóloga sitúa las relaciones sexuales heterosexuales no promiscuas, a las que denomina «vainilla» en contraposición con el masoquismo. En la escala baja del

El paradigma de la filosofía de la transgresión ha colonizado profundamente la cultura contemporánea y su relato patriarcal sobre la sexualidad.

sistema de dominación de las sexualidades, **Rubin** sitúa una nueva denominación, las «Sexualidades Disidentes», en las que engloba prácticas basadas en el deseo mutuo, como la homosexualidad, con otras como la prostitución o el «sexo intergeneracional» que considera libremente elegidas, excluyendo de su análisis cualquier noción de opresiones estructurales en ninguna de sus formas (**De Miguel, Favaro, 2016, p.6**).

Para **Rubin** la postura del feminismo radical sobre pornografía y prostitución constituye un atentado contra la libertad de expresión «que funcionaría a la vez como una herramienta de censura y estratificación de los individuos eróticamente no convencionales» (**Ávila Bravo-Villasante, 2019**).

Aunque la escritora reconoce la presencia de elementos patriarcales en las industrias del sexo, considera que estos responden al sesgo sexista de la sociedad por lo que «es necesario analizar y oponerse a las manifestaciones de desigualdad específicas de las industrias del sexo, pero ello es muy distinto a intentar eliminar el sexo comercial» (**Rubin en Ávila Bravo-Villasante, 2019, p.126**). De esta manera, en un capitalismo ya mucho más desarrollado, el concepto de «disidencia» entronca y reproduce los valores más profundos del neoliberalismo, envuelto ahora en una etiqueta de subversión o rebeldía vaciadas, difundidas por el propio sistema. Como afirma **Alicia Puleo**, «no es lo mismo la transgresión de normas o costumbres equivocadas u opresoras que la transgresión de lo justo» (**Puleo, 2011, p.256**).

En las nuevas redes sociales específicas, como OnlyFans, el 97% de «los creadores de contenido» son mujeres, aunque se utilice una acepción en un cuidado masculino neutro.

‘SUGAR DADDIES’, LOS NUEVOS PUTEROS

En la sociedad de Internet, la tecnología abre nuevos canales de mercantilización de las mujeres. Los términos *cam girls* o *sugar baby*⁵ se utilizan para glamurizar la pornografía en streaming y la prostitución respectivamente. Empaquetados con la transgresión como un bien simbólico y listo para consumo, animan a las jóvenes a mercantilizarse con relatos sobre grandes sumas de dinero en unos casos o como medio de disidencia y empoderamiento en otros. El término *sugar*

5) El término *Cam girl* hace alusión a mujeres que retransmiten mediante cámara web contenido sexual explícito y persona-lizado para sus espectadores a cambio de una tarifa o propina.

baby, por su parte, se utiliza para definir a las mujeres jóvenes a las que hombres adultos quieren acceder a cambio de dinero, ahora como sugar daddies en lugar de como puteros. El carácter marcadamente clasista o étnico de la mercantilización femenina que mencionaba **Poulin** se disuelve con estas nuevas acepciones, alejadas de realidades mucho menos populares que subyacen a la prostitución, como la feminización de la pobreza, la vulnerabilidad económica y social de las mujeres migrantes o la violencia sexual que sufren las mujeres prostituidas. Los hashtags *#SugarBaby* y *#SugarDaddy* cuentan con más de 500 millones de visualizaciones en TikTok (**Martínez, 2021**).

En esta línea, también han aparecido nuevas redes sociales específicas, como OnlyFans, donde los usuarios pagan por contenido sexual exclusivo de los «creadores de contenido». El propio término «creadores de contenido» es otra acepción sofisticada y que se utiliza en un cuidado masculino neutro para ocultar que su negocio heterosexual se basa en hombres que pagan por contenido sexual de mujeres: el 97% de «los creadores de contenido» son mujeres (**Plaza, Ordaz, 2021**). La presencia de influenciadoras populares de redes y televisión en OnlyFans tiene una fuerte repercusión en otras redes y medios digitales donde estas promocionan sus experiencias en la plataforma. En 2021, esta red fue investigada por hallarse vídeos de menores vendiendo contenido sexual (**Titheradge, 2021**), algo muy relacionado con las sospechas sobre este tipo de plataformas como un canal donde los proxenetas pueden captar mujeres jóvenes en situaciones vulnerables para prostitución (García, 2022).

Actualmente, es posible encontrar gran cantidad de titulares relacionados con prostitución, pornografía y sus correspondientes versiones digitales en medios dirigidos a jóvenes. Por citar algunos ejemplos, en la plataforma mtmad.es, podemos leer a influenciadoras televisivas exaltando las bondades económicas de Only Fans entre sus seguidoras con titulares como «S. cuenta todo sobre su OnlyFans y le hace una impactante propuesta F.V.: “Haría de todo con ella”».

En la misma línea, la revista dirigida a adolescentes *Teen Vogue* (2019) lanzaba un artículo argumentando «*Why sex work is real work*» (Por qué el trabajo sexual es trabajo) y *Vice* (2021) se preguntaba *Qué piensan los ‘sugar daddies’*. Este último texto es especialmente ilustrativo con los valores que promueve la alianza patriarcado-neoliberalismo cuando uno de sus entrevistados afirma: «Desde el punto de vista del hombre, hay un deseo genuino de querer ayudar a alguien a tener un futuro». La revista olvidaba subrayar que ese «futuro» se condiciona a tener sexo no deseado por la joven.

**INVESTIGANDO LA
VIOLENCIA MACHISTA EN
APLICACIONES DE CITAS**

¿CÓMO FUNCIONA TINDER? APUNTES METODOLÓGICOS

Como ya hemos comentado, actualmente existen multitud de aplicaciones de citas dirigidas a distintas audiencias en cuanto a edad, orientación sexual o tipo de relación deseada. Para este trabajo, hemos seleccionado la aplicación de Tinder por su elevado número de usuarios globales, unos 75 millones —la mitad de los cuales tienen entre 18 y 25 años—, así como por su popularidad entre el público heterosexual. Queremos comenzar este epígrafe explicando brevemente el funcionamiento de la aplicación para hacer comprensible el protocolo seguido con sus especificaciones concretas.

De manera gratuita, Tinder permite crear un perfil donde usuarias y usuarios deben indicar nombre, edad y sexo, y que puede completarse opcionalmente con fotografías y una biografía en texto. También existe la posibilidad de incluir intereses o rasgos personales previamente categorizados en varios listados ofertados que van desde aficiones a signo del zodiaco. Aunque la aplicación solicita un número de teléfono vinculado a cada perfil, los datos obligatorios no pasan por ningún mecanismo de verificación añadido. Una vez que el perfil está completo, puede elegirse visualizar perfiles de hombres o mujeres y seleccionar aquellos a los que le gustaría conocer dándole un *like* (pulsando el icono del corazón). Si el *like* es mutuo, se produce el *match*, un término que ya forma parte de la cultura popular, y que permite hablar con la otra persona a través del chat. Los perfiles se muestran por geolocalización en función de la ubicación del usuario o usuaria y el rango de kilómetros, hasta un máximo de 160, que este haya establecido. El resto de los factores por los que se muestran unos u otros perfiles corresponde al algoritmo de compatibilidad de la aplicación, cuyas variables no son oficiales, pero han sido objeto de polémica en varias ocasiones, como se explicará más adelante.

Para realizar la investigación se creó el perfil ficticio de Sofi, una joven de 24 años, que se complementa con tres fotografías cedidas por una voluntaria. Las imágenes muestran a una mujer que se consideraría atractiva en términos heteronormativos, realizando actividades de turismo y naturaleza en planos generales, con ropa casual. En el texto descriptivo opcional se escribió una única palabra, «Probando...», y se añadieron cinco intereses de las listas predeterminadas: «yoga», «montaña», «aire libre», «poesía» y «festivales». Tinder también ofrece varias opciones de pago, con algunas utilidades como poder geolocalizarse en otras ubicaciones. Con el objetivo de realizar una investigación en distintos puntos geográficos abrimos una cuenta de Tinder Gold para ver perfiles de cinco localizaciones: área de Madrid, área de Barcelona, área de Palma de Mallorca, área de Badajoz y área de

Cádiz. Para cada una de estas opciones se estableció un rango de 160 kilómetros, por lo que se cubrieron áreas añadidas de otras provincias colindantes a estas localizaciones.

La visualización de perfiles se realizó de acuerdo con este procedimiento, dando *like* a todos los perfiles para abrir el chat a 1.400 usuarios. El objetivo de abrir el chat no era el de entablar conversaciones ni mucho menos crear vínculos engañosos con los usuarios masculinos, sino simplemente valorar la forma en la que los hombres se aproximan a las mujeres en estos entornos en busca de posibles violencias sexuales. No se respondería a ningún usuario, simplemente se observarían estos primeros mensajes y el comportamiento ante la ausencia de respuesta hacia un perfil más entre los cientos de posibles interacciones femeninas que muestra la aplicación. En ese sentido consideramos que, de haber advertido abiertamente que se trataba de un perfil de investigación, se hubiera perdido la posibilidad de valorar una parte tan importante como las primeras interacciones y sus sesgos de género. Solo excepcionalmente, en casos en los que el perfil masculino o sus mensajes contenían algún tipo de información ambigua que pudiera ser especialmente significativa para el estudio, se les contactó para clarificar el dato, concretamente en siete casos de la suma total.

Con el objetivo de segmentar los datos más significativos de una investigación tan amplia, se dividió la visualización de perfiles masculinos en dos rangos de edad, uno de hombres de 18 a 35 años y otro de hombres de 36 a 55 años. Entre las posibilidades extras que ofrece Tinder Premium se encuentra también la de visualizar por anticipado los perfiles que van dando *like* a nuestro perfil. Esto fue especialmente útil para valorar el éxito del mismo entre hombres de 36 a 55 años, con los que Sofi obtuvo más de 10.000 *likes* en dos semanas. La franja de edad estuvo especialmente presente, como se desarrollará en epígrafes posteriores, en la presencia de violencias sexuales muy concretas, como las ofertas de prostitución encubierta, a cambio de regalos o «acuerdos económicos», acordes a las narrativas del *sugar daddy*.

Tras analizar los resultados del perfil de Sofi, nos pareció imprescindible realizar un homónimo masculino para comparar las tendencias más significativas. A partir de las fotografías ofrecidas por un voluntario, se creó el perfil de Coque, un joven de 24 años, igualmente atractivo, según los cánones de belleza heteronormativos, en contextos de turismo y ocio, con ropa casual e igualmente no sexualizado. También se estableció la misma descripción breve «Probando...» y los mismos intereses

La periodista Judith Duportrail concluyó que Tinder puntuaba de manera diferente a hombres y a mujeres, y propiciaba los contactos entre hombres mayores y mujeres jóvenes.

precategorizados: «yoga», «montaña», «aire libre», «poesía» y «festivales». A partir de ahí se visualizaron 1.400 perfiles femeninos entre 18 y 55 años y se trató de abrir el chat a este mismo número de mujeres, lo cual no fue posible en los tiempos marcados por varios motivos. Por un lado, el número de usuarias de más de 36 años buscando perfiles masculinos en la franja de los 24 años no alcanzó las 250 mujeres entre las cinco localizaciones, por lo que Tinder comenzaba a bajar la franja de edad rápidamente en cada una de ellas. El resto de visualizaciones de perfiles se completó en la franja de usuarias entre 18 y 35, pero el número de chat abiertos no superó las 65 posibles conversaciones.

Como parte de la metodología, en este sentido, es importante recalcar la relevancia del algoritmo de Tinder en los perfiles visualizados. Anteriormente, el algoritmo de la aplicación era conocido como el «Elo score» (índice Elo) y se basaba en establecer un «cociente de atractivo» sobre los perfiles de la red social basado en distintas variables como el aspecto físico, el número de *like* recibidos o el propio índice Elo de los individuos que le daban un *like* a la usuaria/o. En su libro *El algoritmo del amor: un viaje a las entrañas de Tinder* (2019), la periodista francesa **Judith Duportail** analizó en profundidad este sistema de puntuación mediante el cual los individuos quedaban clasificados como perfiles más o menos atractivos en las bases de datos de la aplicación. Tras sus investigaciones, **Duportail** concluyó que Tinder puntuaba de manera diferente a hombres y a mujeres, así como que propiciaba los contactos entre hombres mayores y mujeres jóvenes. La autora además afirmaba que «disponer de un listado de mujeres que se pasan el día recibiendo calabazas puede ser de interés para marcas de cosméticos, cadenas de gimnasios o incluso otras aplicaciones de citas» (**Duportail, 2019**).

Tras las polémicas suscitadas con el índice Elo, la compañía asegura haber modificado este algoritmo que le aplicaba a las citas la misma lógica competitiva del mercado. A pesar de ello, nos parece relevante apuntar esta información ante la diferente acogida entre el perfil masculino y el femenino en la red, sin obviar tampoco las estructuras de género subyacentes al proceso de búsqueda interiorizadas por usuarios y usuarias. Para compensar el propio desequilibrio de la red entre perfiles masculinos y femeninos, se compró un boost que posicionaba al usuario como perfil destacado durante un breve lapso para lograr en el periodo establecido la mayor cantidad posible de chat abiertos. Finalmente, en el mismo periodo de tiempo, solo se consiguieron 65 ventanas de chat frente a las 1.800 de Sofi.

Este último número superó los 1.400 previstos inicialmente ya que algunos de los matches se realizaron después de varios días por la inactividad de los usuarios a los que se había dado *like* inicialmente.

EL IDEAL FEMENINO EN LAS APLICACIONES DE CITAS

A medio camino entre medios de comunicación y productos culturales y con las industrias publicitarias presentes en su modelo de negocio y contenidos, las redes sociales se han convertido en uno de los fenómenos más representativos de la sociedad posmoderna. En las nuevas comunidades virtuales, las personas no solo se comunican, sino que se construyen a sí mismas. Como seres sociales, el relato del yo que es la identidad depende de la interacción con los grupos y macrogrupos que, a su vez, están directamente influidos por la cultura de su espacio-tiempo **(Díaz Altolano et al. 2020)**. Los estudios feministas señalan el papel fundamental de la cultura en la reproducción de los discursos de la desigualdad en sociedades formalmente igualitarias. En la cultura posmoderna, el relato patriarcal de la «nueva feminidad» goza de gran aceptación mientras mantienen a las mujeres como un sujeto homogéneo, con el atractivo sexual suplantando a la maternidad como base de su identidad y de su «poder femenino».

Si este relato tiene un gran impacto en redes sociales como Instagram o Youtube, su importancia es estructural en aquellas dedicadas a la búsqueda de relaciones sexoafectivas. En las aplicaciones de citas, el ideal femenino posmoderno imbuye las demandas que los hombres hacen en sus perfiles sobre las mujeres que desearían conocer y permite un desprecio, a menudo manifiesto, hacia aquellas que no se adaptan a este modelo. Es importante recalcar como la modernización de la feminidad patriarcal convive —a veces de forma contradictoria— con los valores de la feminidad tradicional. La antropóloga feminista **Marcela Lagarde** (2015) calificaba esta paradoja como «sincretismo de género», un fenómeno con el que las opresiones de género modernas y tradicionales coexisten en la construcción de la identidad femenina.

En ese sentido, entre los adjetivos que definen a las mujeres deseadas en los perfiles masculinos es habitual encontrar una serie de calificativos pertenecientes al modelo tradicional de feminidad como: «femeninas», «con clase», «con saber estar», «princesa», «con valores», «normal» «familiar» «joven», «guapa», «buena chica» «tradicional» o «sencilla». También son frecuentes las frases como «busco una chica que me considere su prioridad», «busco a una chica que me cuide» o «busco una mujer sin hijos».

En el sincretismo de género, los valores tradicionales que debe cumplir la mujer conviven, a veces de forma alterna, a veces en paralelo, con los valores deseables en la nueva

«La curva más bonita de una mujer es su sonrisa». **29 años**

«Hombre caballero y romántico buscando una señorita joven, guapa y amable». **37 años**

«Busco una mujer en condiciones, alegre, simpática, risueña y, qué coño, guapa también». **40 años**

«Me encantan las mujeres muy femeninas». **48 años**



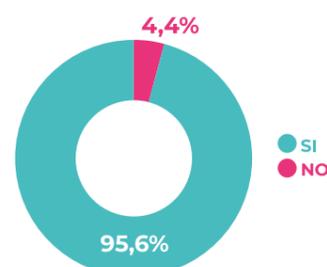
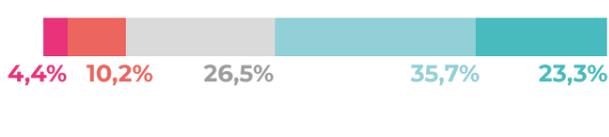
feminidad posmoderna. Bajo los relatos de la libre elección y el hipotético empoderamiento de la energía femenina, los perfiles masculinos demandan mujeres «atrevidas», «sin prejuicios», «liberadas», «morbosas» o «seguras de sí mismas», calificativos ligados casi exclusivamente a la sexualidad. Sucede lo mismo con frases como: «busco intensidad y locura» o «solo mujeres *open-mind*». Como veremos a continuación, fuera del ámbito de la sexualidad, «intensidad» o «locura» son, de hecho, dos adjetivos con connotaciones negativas en los requerimientos que hacen los perfiles masculinos.

El análisis cuantitativo confirma el estudio cualitativo con las respuestas de las usuarias, que identifica «femenina» (95,6%), «sin dramas/traumas» (92,4%), «normales» (95,1%) «princesas/reinas» (87,2%), «sexualmente decididas» (94,8%) y «risueñas» (96,6%) como adjetivos que pueden leerse en las demandas que los hombres hacen sobre las mujeres que quieren conocer. (*Ver tabla 1*)

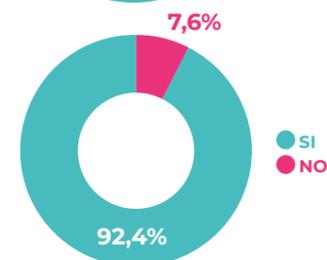
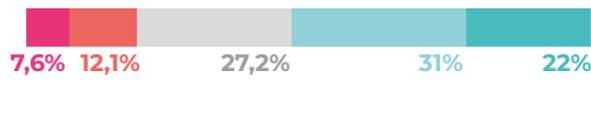
TABLA 1.

¿Qué peticiones se repiten en el tipo de mujer que los hombres demandan en sus biografías de Tinder?

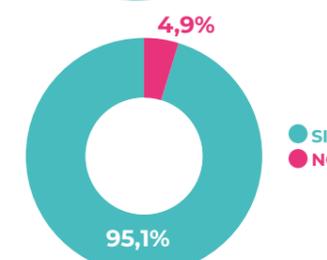
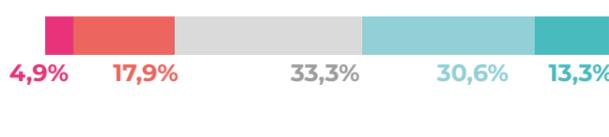
[Mujeres femininas]



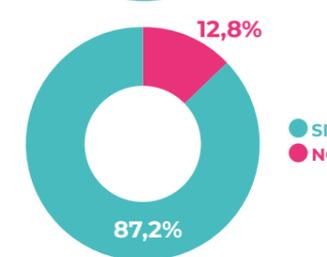
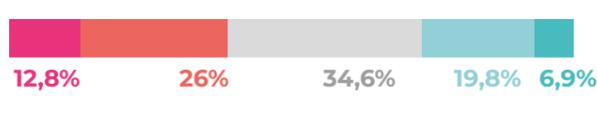
[Sin dramas/traumas]



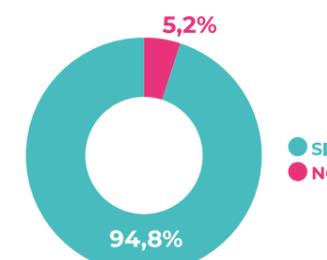
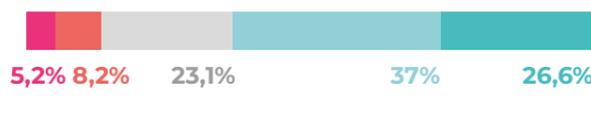
[Mujeres normales]



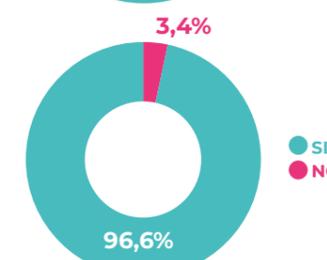
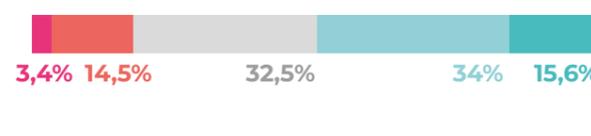
[Princesas/reinas]



[Atrevidas/sexualmente decididas]



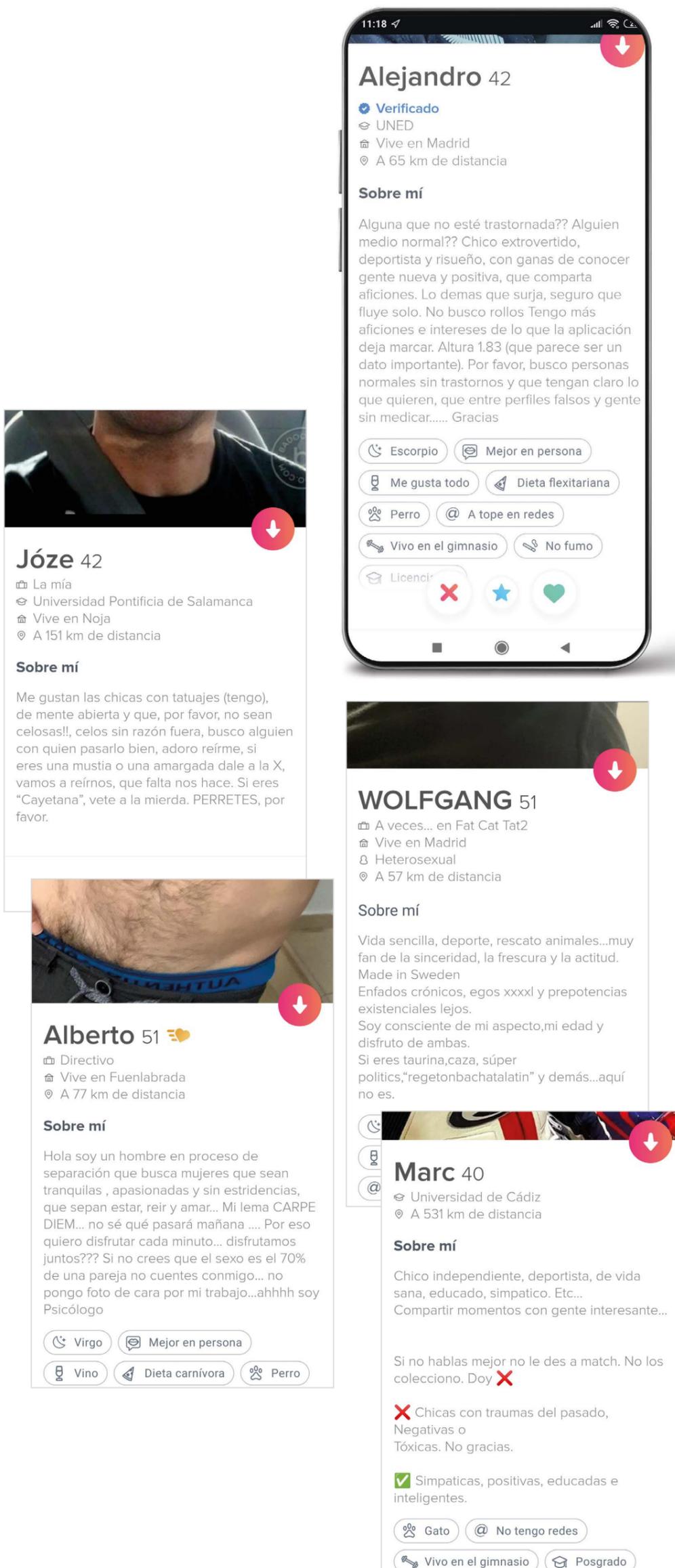
[Risueñas/cariñosas/tranquilas]



Como tecnología de gobernabilidad del sistema patriarcal, los temperamentos o roles fuera de este modelo socialmente aceptado son susceptibles de censurarse abiertamente a la hora de elegir posibles parejas de cualquier tipo. A pesar de la consigna de la libre elección femenina, este discurso funciona como tecnología correctiva bajo la amenaza del rechazo y la soledad. Así mismo, se mantienen categorizaciones muy similares a las que se han utilizado tradicionalmente para insultar a aquellas que no encajan en la mujer cariñosa, risueña, sencilla y dispuesta a complacer las demandas sexuales de los hombres con entusiasmo como: «amargada», «loca», «feminazi», «mojigata» o «traumatizada».

En esta línea, una de las variables más preocupantes del discurso masculino es que las mujeres, como «idénticas» (**Amorós, 1992**), no tienen derecho a problemas individuales, traumas o tristezas en su día a día. En aras del falso

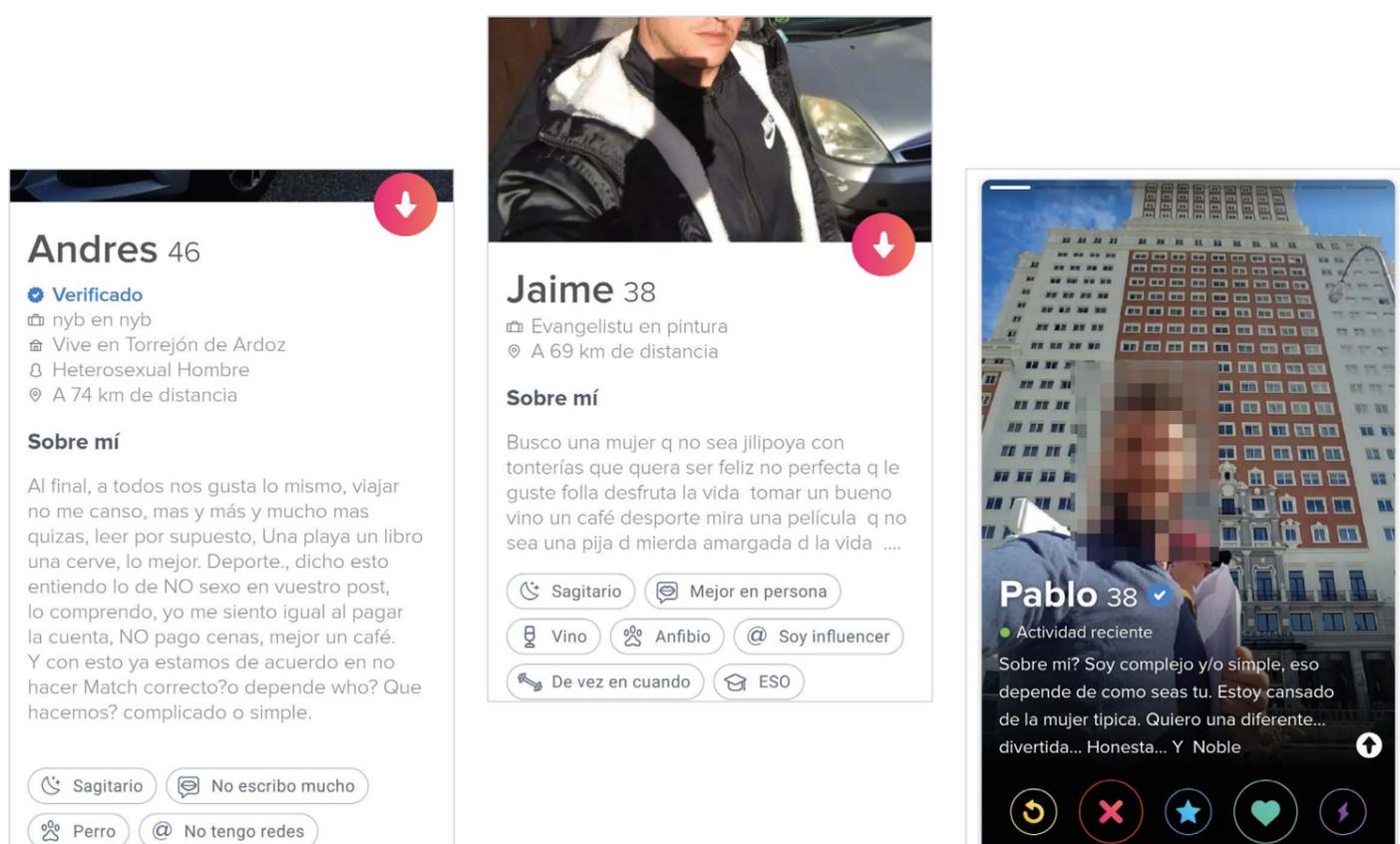
positivismo y la libre elección, el sujeto femenino neoliberal debe ser permanentemente feliz para el otro. A pesar de tratarse de hombres heterosexuales buscando conocer mujeres, gran parte de los perfiles que buscan «mujeres normales y sin dramas» emplean el neutro gente o personas para camuflar —de forma más o menos consciente— el sesgo machista.



Las usuarias de Tinder también se exponen frecuentemente al discurso de «la mujer tonta», «la mujer frívola» y «la mujer aprovechada» como una violencia simbólica habitual contra las mujeres. En la hipotética complementariedad del discurso de género, los hombres que utilizan este tipo de argumentario se muestran a su vez como inteligentes, profundos y económicamente superiores. Una vez más, estos estereotipos son contradictorios pero convivientes con las versiones modernas de la deshumanización de las mujeres, como el de la emprendedora sexual o *sugar baby*, que mostraremos más adelante.

En ese sentido, el 88,2% de las encuestadas respondieron afirmativamente al preguntarles si se habían sentido incómodas leyendo biografías de los usuarios masculinos y el 87,5% afirmó haberse sentido ofendida o incómoda leyendo estereotipos despectivos como «histérica», «frívola», «aprovechada» o «simple». El porcentaje de mujeres que se sintieron incómodas leyendo descripciones de mujeres estereotipadas en términos considerados «positivos» física —«que se cuide», «femenina», «joven»— o emocionalmente —«dulces», «cariñosas», «femeninas»— descendió al 67%.

Se observan también, de forma más puntual pero no extraordinaria, perfiles en los que los hombres se dirigen a las mujeres a las que quieren conocer desde un discurso de superioridad manifiesta. La relación política entre los sexos se recalca en textos basados en estereotipos similares a los descritos en el párrafo anterior, pero desde un desprecio tajante. Estos discursos se enmarcan tanto en el marco tradicional como en su modernización «transgresora», pero siempre colocando a las mujeres en la posición de inferioridad que les otorga el sistema de jerarquía sexo-género. En esta línea, el 92,5% de las encuestadas afirmó que le había resultado machista algún contenido de las biografías de los hombres de Tinder, en texto o imágenes. De este porcentaje, el 29,1% afirmaba encontrarse con este contenido «A menudo» o «Siempre».



Como podemos observar, el ideal femenino que se promueve culturalmente lo hace también a la hora de ser elegible para una relación sexo-afectiva de cualquier tipo, ya sea sexual o romántica. Cabe destacar que los hombres en relaciones abiertas o relaciones poliamorosas utilizan los mismos adjetivos positivos del nuevo ideal femenino que los que buscan relaciones monógamas. Como avanzábamos en el marco teórico, la distinta socialización de los sexos no solo define el rol o el estatus de las mujeres en la sociedad, sino que coloniza su propia subjetificación, es decir, la forma en la que las mujeres construyen su identidad y se autoperciben. Esto se refleja tanto en los resultados del análisis cuantitativo como en la observación participante de los perfiles femeninos a través del perfil de Coque, 24.

De esta forma, las encuestadas respondieron que les gustaba mostrarse en sus perfiles como una mujer: «divertida y despreocupada» (79,1%), «risueña, cariñosa» (77,2%), «femeninas» (69,4%), «sexualmente empoderada» (56,1%). Como comentábamos en epígrafes anteriores, estos valores positivos de la nueva feminidad conviven con otros como «tradicional» (47,8%) y «delicada/princesa» (44,4%). (Ver tabla 2)

TABLA 2.

¿En qué grado te gusta mostrarte en tu biografía de Tinder como... ?

[Femenina]



[Divertida y despreocupada]



[Tradicional]



[Princesa/delicada]



[Sexualmente empoderada]



[Risueña/cariñosa/tranquila]



«Soy bastante consentida». 30 años

«♥ Sencilla ♥». 23 años.

«Soy muy cariñosa, atenta, detallista, fiel, leal y divertida». 35 años.

«Si tuviera que seguir tus órdenes durante 24 horas, ¿qué me pedirías? 😊». 19 años.

También es reseñable la marcada diferencia en la autorepresentación que hombres y mujeres realizan de sí mismos/as en las imágenes de sus perfiles. En las aplicaciones de citas, el usuario/a no dirige sus imágenes idealizadas hacia un solo sujeto, sino que expone su perfil a un público general: un hecho que intensifica la repetición de los estándares de género normalizados (**Butler, 2002**). Desde la observación participante, encontramos que los perfiles masculinos a menudo se presentan realizando actividades deportivas, de ocio o naturaleza, mientras que los femeninos muestran una elevada tendencia a realizar sus fotografías en espacios privados como el baño o el dormitorio. Esta tendencia se mantiene respecto a estudios relacionados como *Representaciones de género en las redes móviles de contactos: Cuerpo e identidad en «Adopta un tío»* (2017). En este texto, Caballero y Herrero también detectaron la tendencia a que los hombres se autorepresenten en poses desafiantes y las mujeres en poses seductoras.

En este sentido, también se mantiene la predisposición de las mujeres a retratarse en poses sumisas o infantiles. Sorprende el cambio de tendencia en cuanto al vestuario respecto al estudio de 2017. Mientras que hace seis años, «solo el 4,8% [de la muestra total del estudio, usuarios masculinos y femeninos] aparece sin ropa o en bikini o ropa interior» (**Caballero, Herrero, 2017**) en la actualidad, se ha convertido en algo habitual, especialmente entre los perfiles femeninos. En la línea de la autocosificación empoderante del nuevo ideal femenino patriarcal, lo habitual es que las mujeres se autorrepresenten en ropa interior y/o bikini en alguna de sus fotos, en las poses seductoras anteriormente detectadas, muchas veces creadas ad hoc en fotografías frente al espejo. En el estudio cuantitativo, sin embargo, solo el 46% afirma incluir fotos que las muestren sexys en sus perfiles.

Respecto a las peticiones de las usuarias, en torno a la mitad de las encuestadas afirma buscar hombres que encajan en el ideal masculino bajo adjetivos como: «carismático» (69,1%), «valiente» (59,3%), «masculino» (53,1%), «protector» (51,3%), «fuerte» (50,2%). El calificativo «inteligente» (80,6%) destaca sobre todos los propuestos en las peticiones femeninas. Es importante recalcar cómo estos calificativos son acordes al ideal masculino vigente y complementarios a los atribuidos a la mujer ideal de la nueva feminidad. Si bien no es algo negativo que

las mujeres busquen hombres inteligentes, carismáticos o valientes, queremos subrayar que estos calificativos raramente aparecen en las descripciones de las mujeres que buscan los hombres, a no ser para mencionar una excepción sobre el resto, como sucede con la inteligencia femenina.

Fuera de la propia aplicación, los ideales masculino y femenino quedan reflejados en la gran cantidad de contenido dirigido a tener éxito en las aplicaciones de citas que circula en otras redes como Youtube o TikTok. En ellas es posible encontrar vídeos y *shorts*⁶ claramente diferenciados para hombres y para mujeres e impartidos por creadoras/es de contenido o «*coach* de seducción⁷». El contenido dirigido a hombres orbita entre dos narrativas principales: la de la manipulación y la del hombre como premio. En la primera, se les explica a los hombres cómo manipular a las mujeres con trucos para que estas creen que existe un interés real o una posible conexión, a veces incluso con tutoriales en los que los «*coach*» chatean en directo con mujeres, comentando la conversación y los engaños a llevar a cabo con el objetivo de conseguir sexo. Algunos de los mensajes iniciales para conseguir atención serían: «te parece mucho a una actriz famosa» o «he descubierto algo de los perfiles de las chicas de Tinder, ¿quieres que te lo cuente?». También se facilitan descripciones que los usuarios pueden incluir en sus biografías con el objetivo de parecer confiables y diferenciarse del resto y que se repiten en la observación participante. La más repetida: «No tengo tableta ni escalo, ni hago surf, pero hago unas lentes...». En segundo lugar, la narrativa del premio consiste en que el hombre se autorrepresente en su biografía y se comunique en sus mensajes como un premio que la mujer «se debe ganar». Estos creadores de contenido, por su parte, facilitan tutoriales para que los hombres aprendan y asuman su posición superior respecto a las mujeres con las que interaccionan.

6) Formato de vídeos cortos muy popular en redes sociales como TikTok o Youtube.

7) Entre las decenas de creadores de contenido sobre seducción y aplicaciones dirigidos a hombres podemos citar como ejemplos en español a Matías Laca, Mike Toro o «Conecta con Ella» o RibBarber. Para mujeres —más centrados en relaciones en general, aludiendo frecuentemente a las redes— son populares canales como el de Florencia Deffis, Amanda Merbu o Jorge Espinosa.



Los contenidos dirigidos a mujeres están mucho más centrados en conseguir una pareja estable a partir del momento de las citas. Se trata, básicamente, de manuales de seducción para «aprender» a tratar a los hombres, que parten a menudo del relato patriarcal de la diferencia natural y esencial entre los sexos. En base a esa hipotética naturaleza femenina, ellas se conciben como seres emocionales y apegados y ellos, en su masculinidad inherente, como «seres visuales» y emocionalmente inmaduros con los que poner en práctica una serie de estrategias que facilitan el «enamoramiento». Estas incluyen habitualmente mantener un halo de misterio, un uso medido de los mensajes o llamadas —existen libros específicos para ello— y el respeto a su rol de «cazadores» desde el rol de presa de «alto valor» que maneja su energía femenina con astucia.

VIOLENCIA SEXUAL EN EL ENTORNO ONLINE

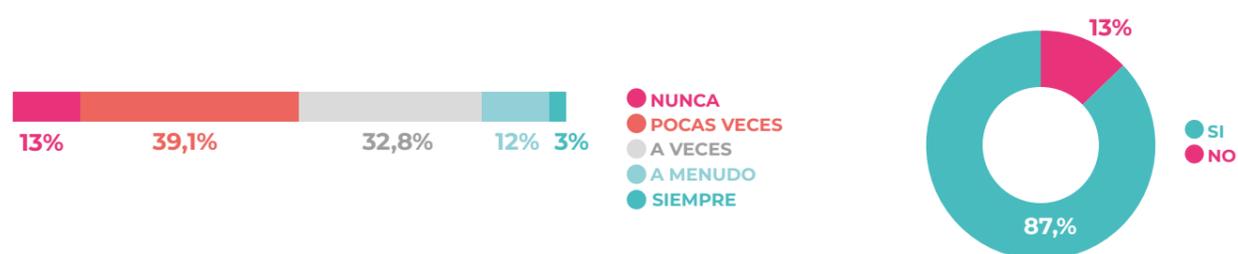
Desde la observación participante de los perfiles masculinos, hemos encontrado distintas manifestaciones de violencia sexual en perfiles y mensajes recibidos. Estas tipologías de violencia incluyen frecuentes expresiones de tipo más simbólico hasta aquellas mucho más explícitas, ya sea en texto o en imágenes. Entre las variables más significativas que encontramos en ese sentido, nos sorprendió la relación entre la diferencia de edad y la violencia. Como avanzábamos en los apuntes metodológicos, el perfil de Sofi recibió más de 10.000 *likes* en dos semanas, con un rango de edad abierto a hombres de entre 35 y 55 años, es decir, entre 11 y 31 años mayores que nuestro perfil femenino. En torno a un 70% del total de violencias halladas en el estudio cualitativo fueron cometidas por hombres en esta franja de edad. Aunque pertenecen a todos los estratos y niveles culturales, como perfil medio se trata de usuarios de más de 45 años, con un nivel cultural y de clase medio-altos y expresando profesiones «interesantes» y/o de cierto prestigio social —ejecutivo, psicólogo, periodista, CEO, etc.—, y/o alusiones a éxitos laborales en sus perfiles. Para comprender este hecho, hemos de enmarcar la belleza y la juventud en la consideración cosificada de las mujeres en una sociedad patriarcal que hemos abordado desde distintas aproximaciones feministas en el marco teórico.

En el discurso objetificado de las mujeres, la juventud constituye uno de los atributos destacados del mito de la belleza femenina, y convierte a las jóvenes en una especie de símbolo cosificado de éxito sexual para los hombres. La erotización de la infancia en la pornografía no deja de ser una muestra más de este fenómeno de deshumanización, en el que las mujeres jóvenes son retratadas en espacios infantiles, con uniformes escolares o pijamas de niña, rodeadas de objetos vinculados a la infancia como juguetes o piruletas. Como explica **Naomi Wolf (2015)**, «el mito de la belleza siempre está prescribiendo comportamientos y no apariencia. [...] La

juventud y —hasta recientemente— la virginidad han sido “bellas” en la mujer porque representan ignorancia sexual y falta de experiencia». Para la activista y escritora feminista **Anne Koedt (1969)**, el privilegio principal que los hombres obtienen en el sistema sexo-género es la satisfacción psicológica del ego. Si con la edad las mujeres se vuelven más poderosas (**Wolf, 2015**) la juventud no solo supone una mayor inexperiencia en el campo sexual, sino también en las relaciones de pareja y en la vida, lo que conlleva una predisposición mayor a admirar o considerar al hombre de mediana edad un referente. El 87% de las mujeres encuestadas para este estudio respondió afirmativamente al preguntarles si Tinder les mostraba perfiles de hombres de edades superiores a las que ellas habían establecido. (Ver tabla 3)

TABLA 3.

¿Tinder te muestra perfiles de un rango de edad muy superior al que has elegido?



Así mismo, dado el impacto que las aplicaciones de citas están teniendo en las interacciones sexoafectivas actuales y, como tal, en la reproducción de violencias simbólicas y explícitas virtuales o reales, también han surgido proyectos como *@delvermut* en Twitter o *La Hoguera de Tinder* en Instagram. Desde el lema de «lo personal es político», *@Delvermut* se caracteriza por visibilizar, desde el humor y la parodia, violencias virtuales que reproducen el discurso de la desigualdad en los perfiles masculinos. *La Hoguera de Tinder*, por su parte, recoge casos de violencia más explícita, a menudo con conversaciones mantenidas en aplicaciones de citas por sus seguidoras, denunciando situaciones de violencia sexual en encuentros presenciales o alertando de perfiles peligrosos, siempre con el contenido convenientemente anonimizado.



PIROPOS, NUDES⁸ Y SEXTING⁹.

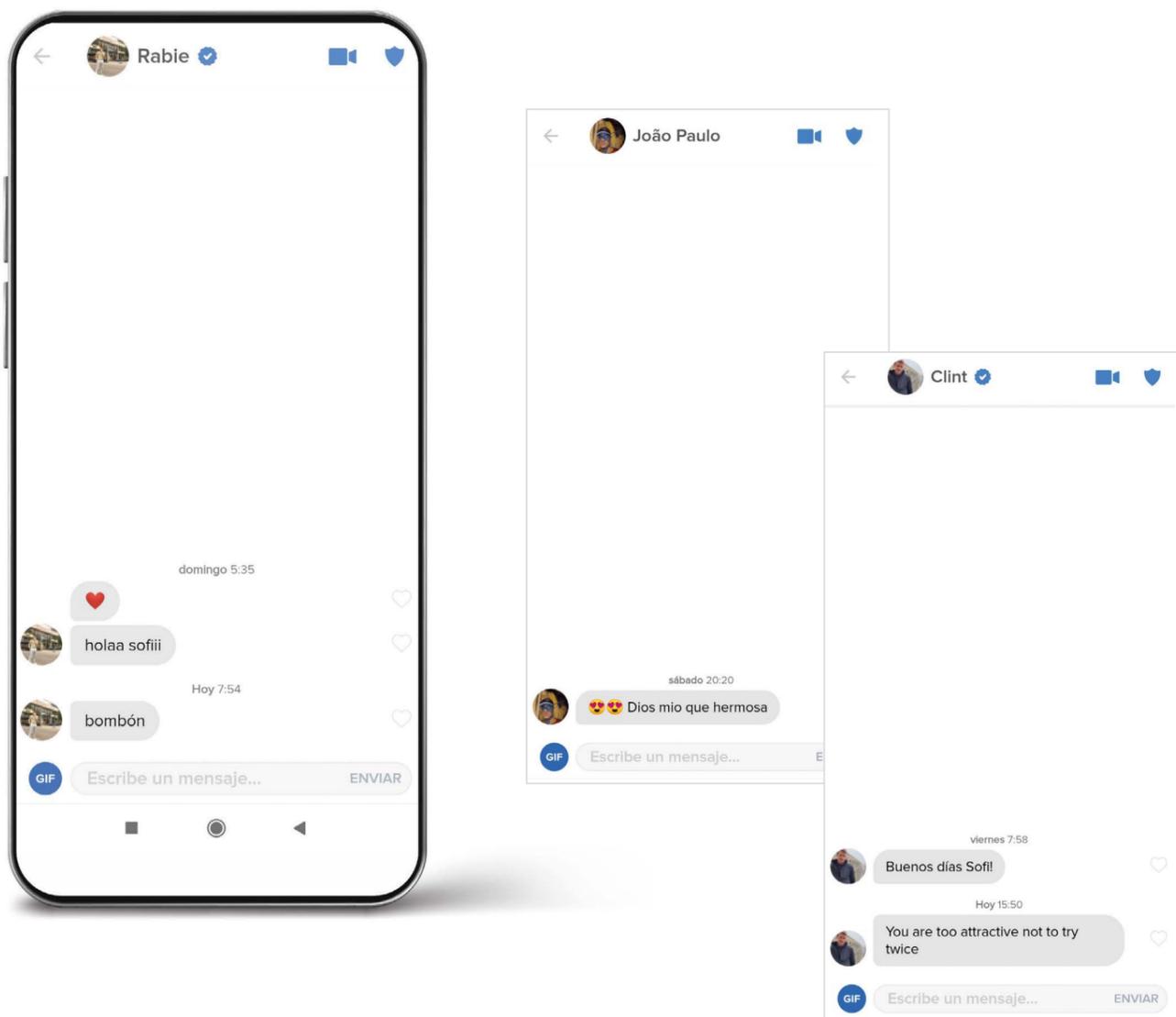
En esta categoría es donde apenas encontramos diferencias en las franjas de edad de los perfiles masculinos que incurren en este tipo de violencias, siendo las más habituales en el entorno de las aplicaciones. En la consideración patriarcal de las mujeres como «objetos bellos» y no como personas es frecuente e incluso está socialmente aceptado emitir juicios positivos de sus cuerpos como algo que ellas deben agradecer. La realidad es que el piropo, como síntoma de la ideología machista subyacente, reduce a las mujeres de personas completas e individuales —con personalidades diferentes entre nosotras, sentimientos válidos, emociones válidas, intereses propios, pensamiento político, cultura ciudadana etc.— a meros «cuerpos».

De esta consideración deshumanizada surgen muchos de los obstáculos que las mujeres encuentran a la hora de progresar en sus vidas como la privación de la excelencia, la brecha salarial, el *mansplaining*, etc. Igualmente, en lo que a relaciones interpersonales se refiere, no deja de ser violento que las mujeres sean juzgables y priorizadas por algo tan superficial y efímero como los cánones de belleza. Del análisis de los perfiles femeninos, podemos extraer que la belleza es solo una cualidad accesorio —no un imperativo— a la hora de considerar el atractivo de un hombre y la cualidad «guapo», «bello» o «hermoso» —tan habitual en las demandas masculinas— apenas está presente en las femeninas. Entre los mensajes que los usuarios enviaron a Sofi, podemos encontrar primeras aproximaciones como estas:

.....

8) Fotos de desnudos

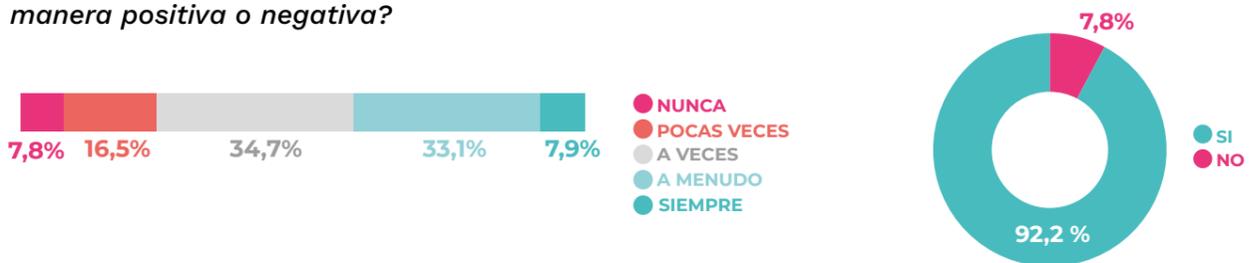
9) Intercambio de mensajes sexuales a través del chat de alguna aplicación.



Desde el análisis cuantitativo, un 92,2% afirma haber recibido alusiones directas a su físico —en este caso positivas o negativas— en un primer mensaje. De estas mujeres, el 87,6% respondió haberse sentido incómoda por ello con un rango de frecuencia alto. (Ver tabla 4)

TABLA 4.

¿Has recibido un primer mensaje en el que se alude directamente a tu físico, bien sea de manera positiva o negativa?

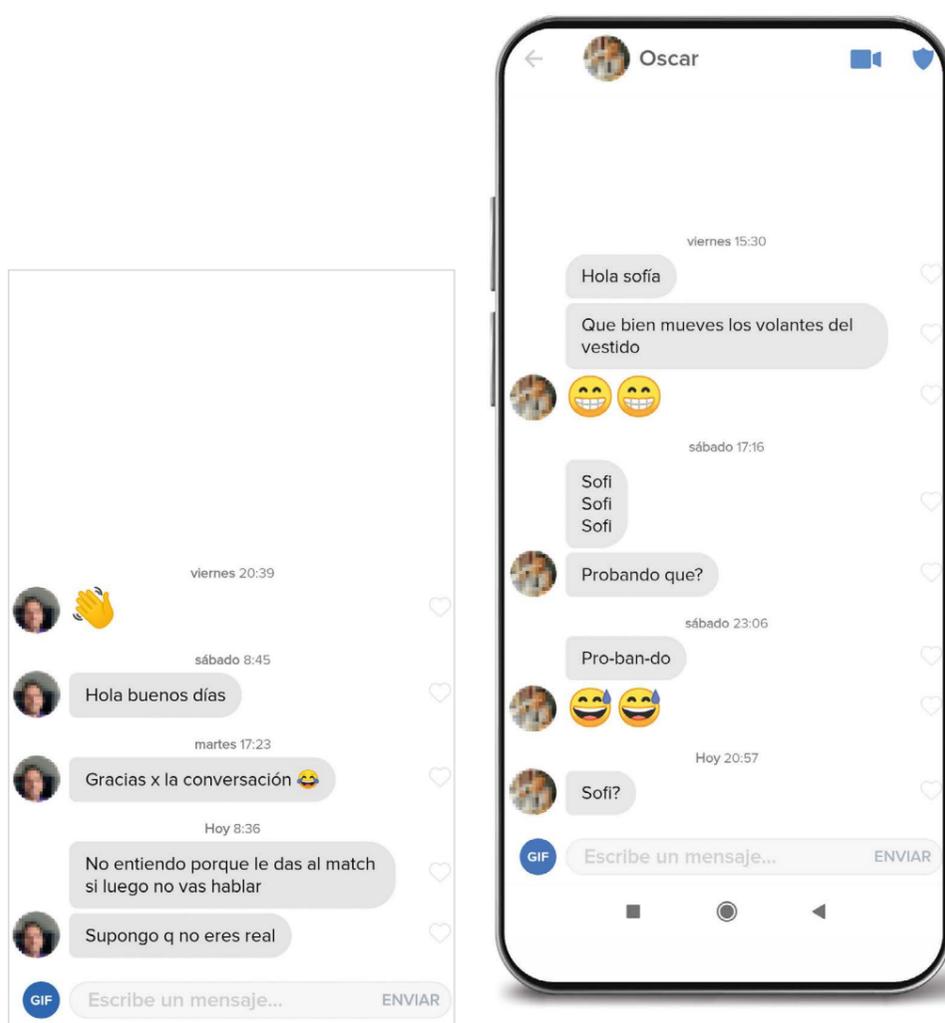


¿Te has sentido incómoda con algún mensaje por ese motivo?



Otra violencia común en el flirteo *online*¹⁰ es la insistencia o incluso el acoso. A continuación, mostramos algunos perfiles que insisten hasta siete veces, algunos con cierta exigencia, otros rozando violencias más explícitas como el insulto. A pesar de que los usuarios pueden deshacer el match cuando consideren, se percibe un gran sentido del derecho a la hora de exigirle respuesta a una mujer cuya única interacción común consiste en un *like*. Como se recoge en el *I Informe Noches Seguras para Todas*, dirigido

10) Aplicaciones, chats y webs de citas destinados a establecer algún tipo de relación sexoafectiva.



a identificar violencias en el contexto del ocio nocturno: «El hecho de ser conscientes de que muchas mujeres vivan la insistencia como algo dañino o violento no les es suficiente para ponerse límites, puesto que [según los hombres que la defienden] siempre hay mujeres que no lo vivirán así» (**Federación de Mujeres Jóvenes, 2020**). Este patrón se reproduce en el ámbito virtual donde la falta de disponibilidad de Sofi o su negativa en forma de silencio no constituyen una situación o respuesta dignas de ser consideradas válidas por parte de muchos usuarios.

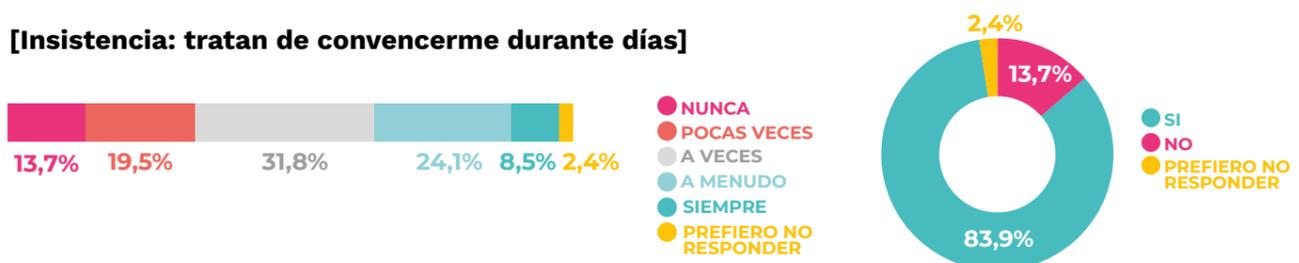
El estudio cuantitativo recoge esta tendencia con un 83,9% de las usuarias de Tinder afirmando haberse sentido presionada para responder mensajes con *matches* con los que nunca habían interactuado después del *match* o con los que solo han tenido interacciones breves.

Estas mujeres identifican entre los siguientes comportamientos masculinos en la insistencia de los mensajes que recibieron. (*Ver tabla 5*)

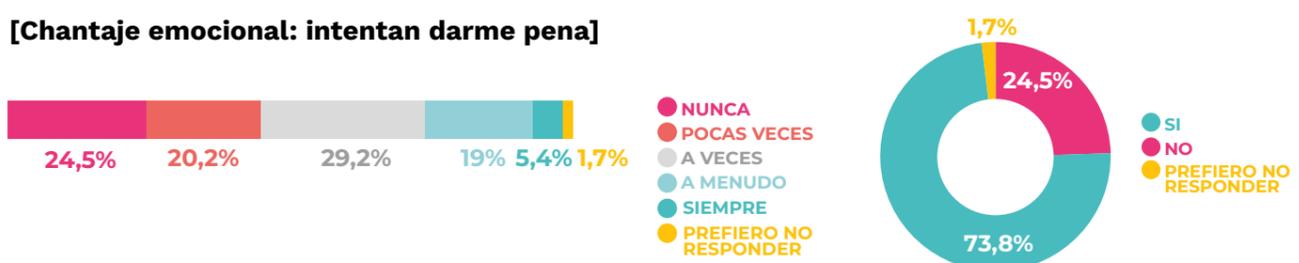
TABLA 5.

Si te has sentido presionada, ¿con qué conductas de las siguientes identificas que te han tratado?

[Insistencia: tratan de convencerme durante días]



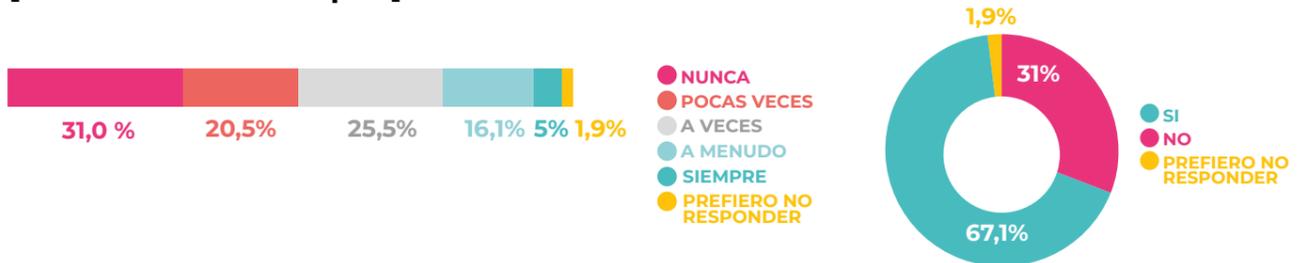
[Chantaje emocional: intentan darme pena]



[Sentido del derecho: me exigen una explicación con malas formas]



[Insultos o faltas de respeto]

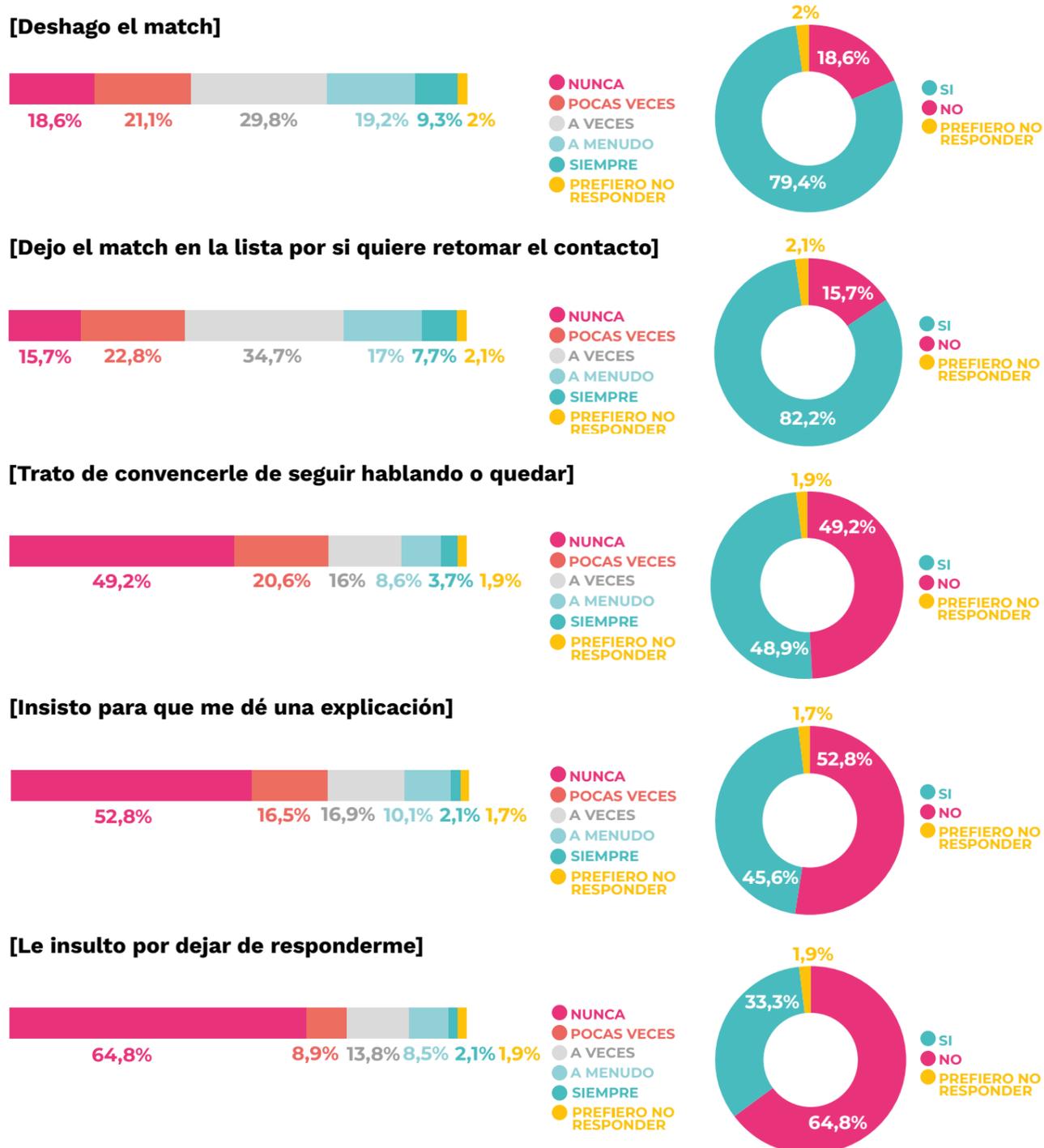


[Me han ofrecido dinero o regalos para quedar]

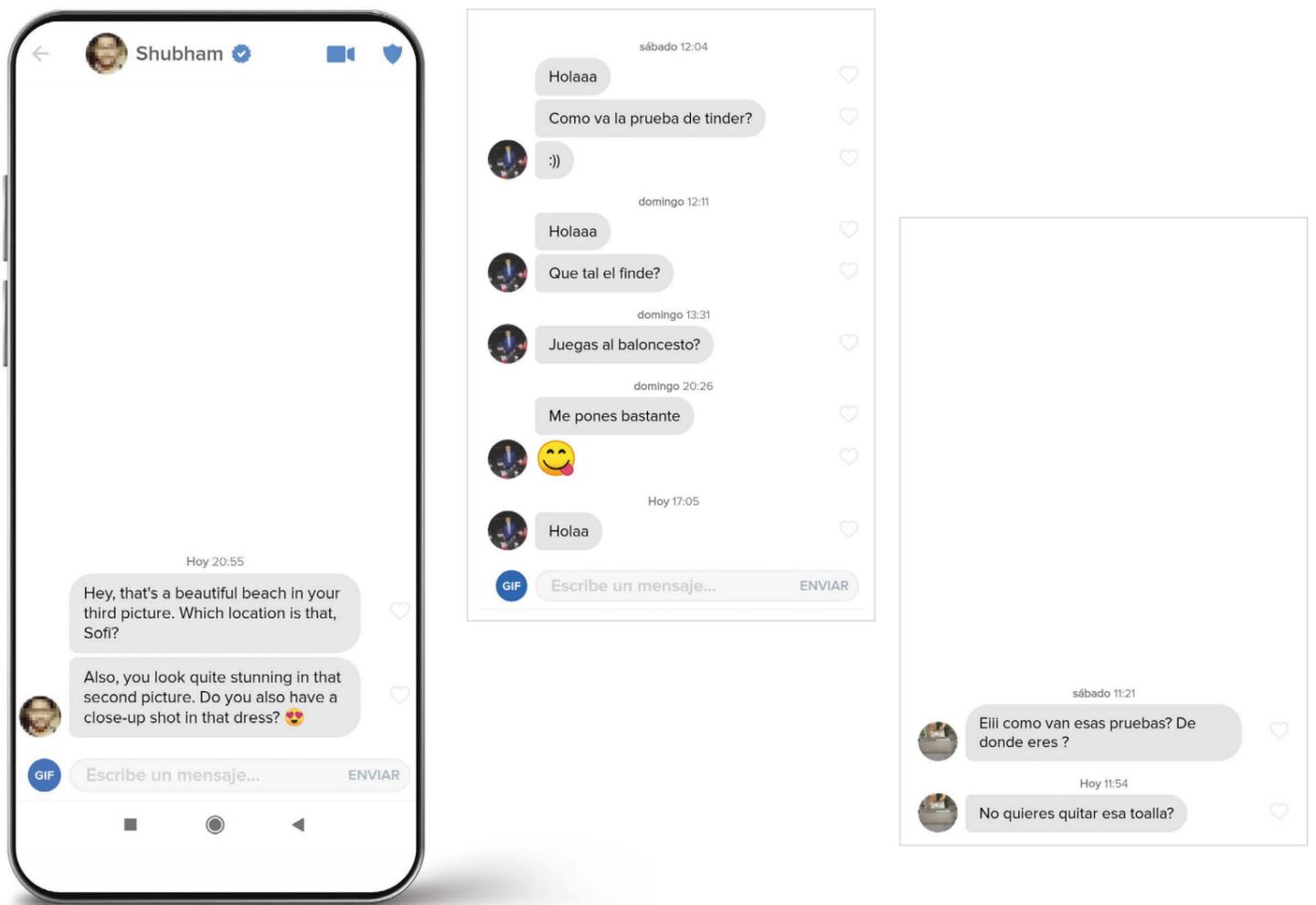


A su vez, el estudio cuantitativo recoge una tendencia diferente por parte de las mujeres en la misma situación. Tras haber hablado brevemente con un match o no haber interactuado, las mujeres se identifican con actitudes similares en frecuencias mucho más bajas que las que ellas reciben. Un 49,2% afirma no insistir nunca y un 20,6% afirma haberlo hecho pocas veces. Sucede algo similar con el sentido del derecho, con una 52,8% que afirma no pedir ninguna explicación y un 16,5% que lo ha solicitado pocas veces. Con los insultos el porcentaje de mujeres que contestaron no haber insultado nunca a otro usuario sube a un 64,8% y un 8,9% reconoce haberlo hecho «Pocas veces». (Ver tabla 6)

TABLA 6. ¿Cómo reaccionas si un match con quien has hablado brevemente, o con el que nunca has hablado, no responde a tus mensajes?



En esa línea, las usuarias afirman haber recibido peticiones de *nudes* —fotografías desnuda o semidesnuda— y/o para practicar *sexting* en las primeras interacciones con un usuario. Desde el análisis cualitativo, podemos percibir esta tendencia en los mensajes de un porcentaje significativo de usuarios, pero debido a la política de no respuesta



del estudio, no podemos constatar si las conversaciones buscaban *nudes* o *sexting*. Desde la observación participante mediante el perfil de Coque 24, podemos confirmar que no se recibieron solicitudes de *nudes*, *sexting* ni piropos más allá de «hola, guapo!» por parte de las mujeres con las que se hizo *match*. (Ver tabla 7)

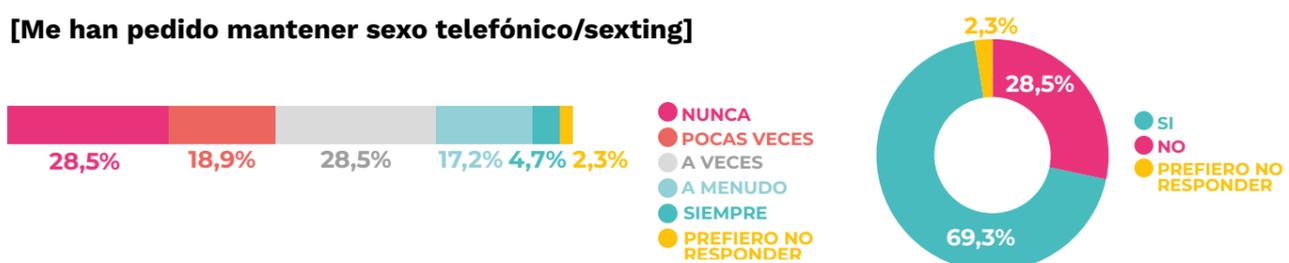
TABLA 7.

En tus interacciones con usuarios en el chat, ¿te has sentido incómoda o presionada por alguno de los siguientes motivos?

[Me han pedido fotos de desnudos]

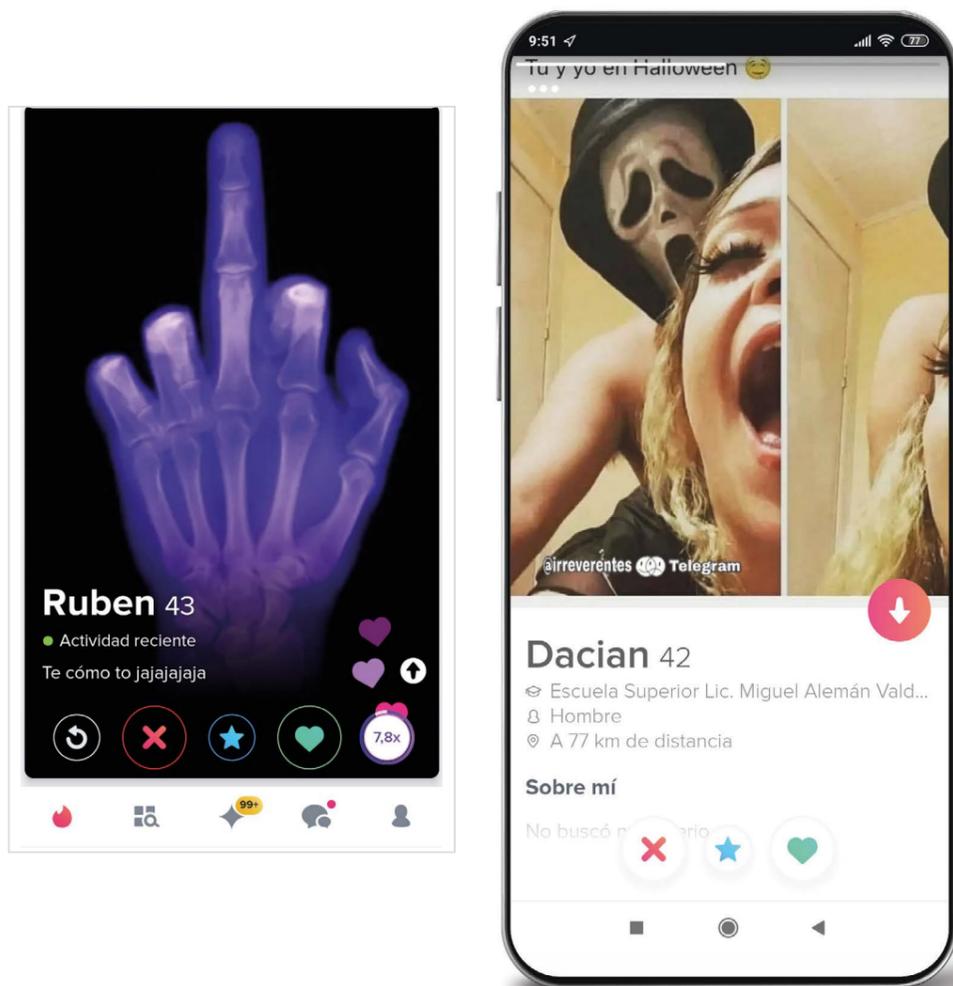


[Me han pedido mantener sexo telefónico/sexting]



VIOLENCIA SEXUAL. LA DESHUMANIZACIÓN DE LAS MUJERES

Como avanzábamos en el marco teórico, los relatos culturales y la pornografía han normalizado una sexualidad que erotiza el dolor de las mujeres como un derecho de la «virilidad soberana» de los hombres en el patriarcado posmoderno. Bajo este modelo, subyace la narrativa de la inferioridad femenina, que convierte a las mujeres en objetos de placer carentes de deseos sexuales propios y anhelando ser sometidas por los varones. El imaginario pornográfico reproduce la desigualdad entre los sexos

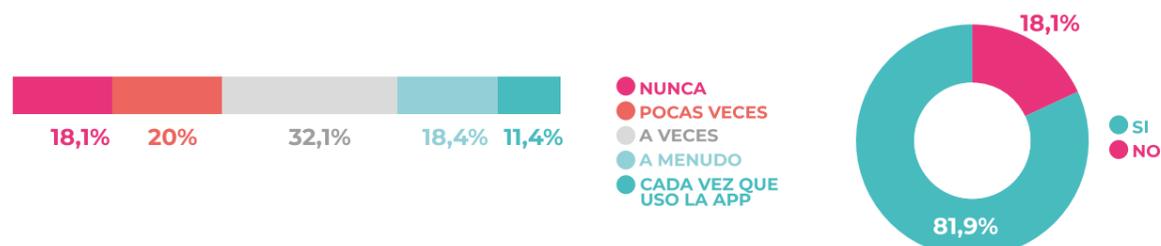


con todo tipo de vídeos de mujeres violadas, humilladas, golpeadas y objetificadas en vídeos plagados de prácticas sexuales que incluyen asfixia manual, ahogamientos en el sexo oral hasta las arcadas, *bukakes*, dobles penetraciones o tortazos en cara y vagina. A su vez, estas páginas categorizan a las mujeres de forma deshumanizada como «jovencitas», «MILF», «negras», «asiáticas» o «culos grandes» y exhiben secciones como «incesto» o «*hardcore*». Este contexto cosificado de las mujeres se refleja diariamente en múltiples perfiles masculinos analizados desde la observación participante, donde es posible encontrar fotografías de perfil y presentaciones que incluyen imágenes o textos violentos, deshumanización de las mujeres en las biografías, textos o imágenes degradantes, etc. (Ver tabla 8)

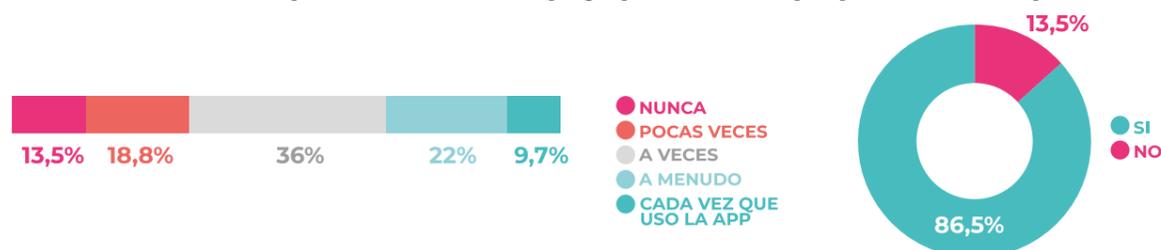
TABLA 8.

¿Te has sentido ofendida/incómoda leyendo alguna biografía por alguno de los siguientes motivos?

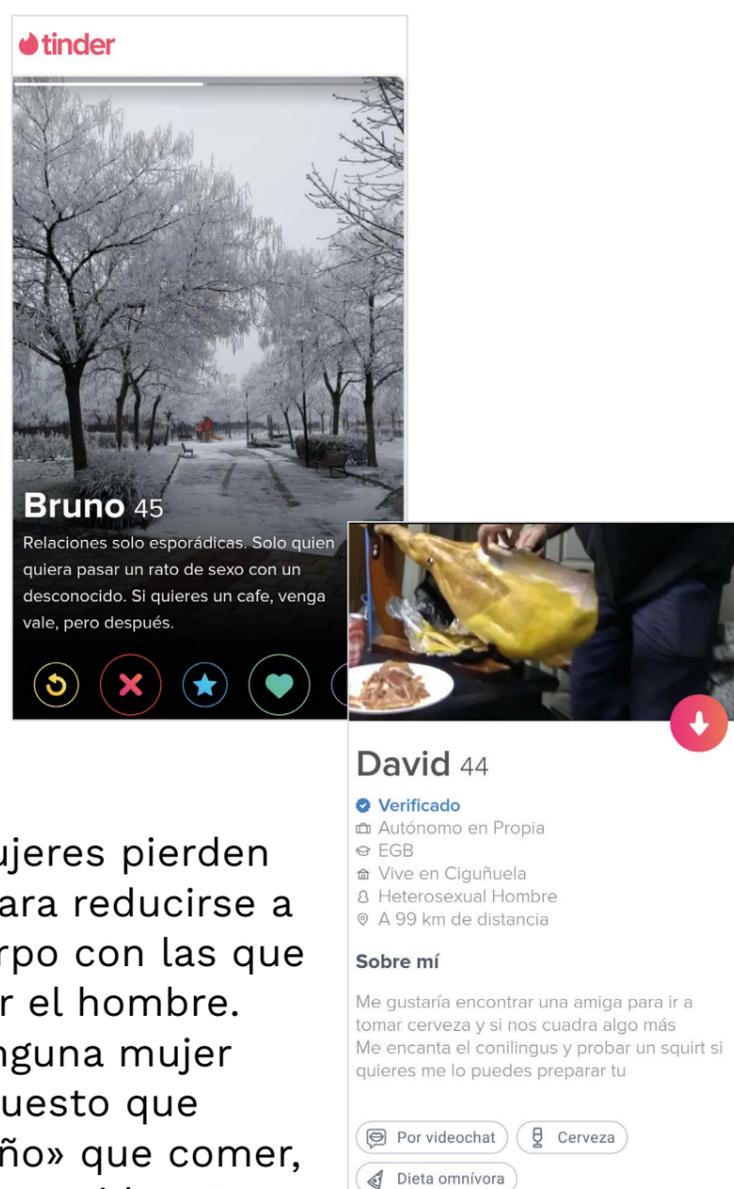
[Contenido sexual explícito en imágenes (p.ej.: mujeres humilladas, sometidas, violentadas...)]



[Contenido sexual explícito en el texto (p.ej.: peticiones o proposiciones de prácticas sexuales)]



La explicitud de las imágenes o textos sigue un patrón similar al que observábamos con la insistencia. Si bien estos hombres entienden que determinadas imágenes o textos pueden resultar desagradables para muchas mujeres — también para las que solo buscan relaciones sexuales en la aplicación—, el morbo de que «podría» interesarle a alguna entre las decenas a las que se mostrará su perfil es suficiente para obviar el malestar general que producen. O quizá el morbo suceda precisamente por crear desagrado o incomodidad en una gran parte de las mujeres que lo visualicen, como parte de la «demostración de poder masculina». La cosificación femenina queda patente en las demandas que encontramos en los perfiles como «A mí lo que me gusta es comer coño», «¿quieres hacerme un *squirt*?» o «solo para sexo con desconocidos. Si quieres un café, vale, pero después». En este tipo de aproximaciones, las mujeres pierden su consideración de persona para reducirse a objeto, a meras partes del cuerpo con las que realizar la práctica deseada por el hombre. Estos usuarios no buscan a ninguna mujer concreta, a ninguna persona, puesto que todas son válidas en tanto «coño» que comer, «productora de *squirt*» o «desconocida». Este discurso se cimenta sobre la narrativa de homogeneidad e inferioridad que el patriarcado les otorga a las mujeres, como idénticas y subordinadas, de la que hemos hablado en profundidad en el marco teórico. Los datos obtenidos en la encuesta respaldan las ideas del análisis teórico.





Tal y como revelan los datos de la encuesta, entre los mensajes recibidos en la observación participante es frecuente recibir violencia sexual como la que mostramos. (*Fotos de la izquierda*).

Desde la observación participante mediante el perfil de Coque, 24, no encontramos el mismo fenómeno en los perfiles femeninos. Los perfiles de mujeres que solo buscan relaciones sexuales definen a los hombres con los que quieren interactuar con características humanas e individuales como «buena gente», «divertido» o

«buena conversación», así como incluyendo intereses y aficiones que fomenten una conexión. Tampoco se ha recibido ningún mensaje que contenga violencia sexual, si bien es cierto que, como ya hemos comentado en los apuntes metodológicos, el número de *matches* conseguidos a través del perfil masculino son infinitamente menores con los del perfil de Sofi, 24.

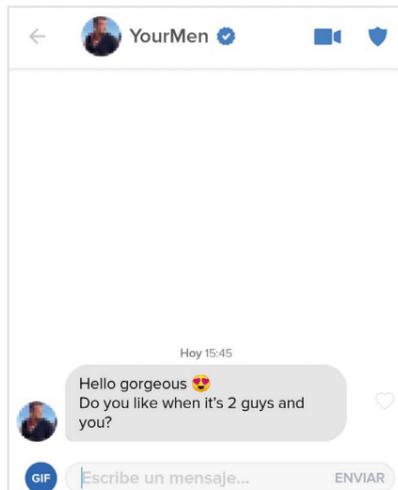
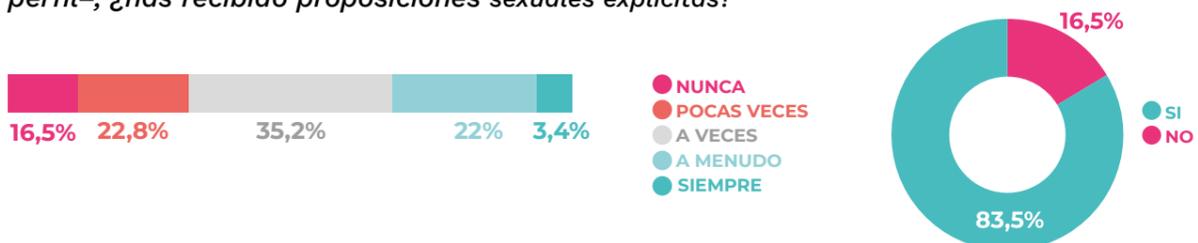


TABLA 9.

En las interacciones de presentación con un match –que no incluye demandas sexuales en su perfil–, ¿has recibido proposiciones sexuales explícitas?



SOMETIMIENTO COOL¹¹

Desde el estudio cualitativo, hemos podido constatar que los perfiles masculinos incluyen con una frecuencia significativa imágenes explícitas sobre sumisión femenina, así como textos en los que la demandan, bien como referencias tradicionales al sometimiento —«buenas chicas», «mano dura», etc.—, bien sofisticadas como BDSM, sexo «No Vainilla» —masoquismo—, relación dominante-sumisa —también llamado D/s o DS— o similares. El discurso sobre el sometimiento femenino como una sexualidad disidente o transgresora ha calado tan hondo que se ha convertido en un sinónimo de desalienación o transgresión al sistema, como si su relato no formara parte del propio sistema de dominación patriarcal o como si una sexualidad igualitaria que contemple a las mujeres como sujetos activos fuera «poco atrevida» o «puritana».

En esta línea, los textos que reivindican esta hipotética sexualidad transgresora sugieren frecuentemente el calificativo de «mojigatas» —de forma más o menos explícita— o «mente cerrada» para las mujeres que no desean este tipo de prácticas. Los perfiles que demandan de forma abierta y condicional estas prácticas aparecen a diario en la observación participante, lo cual constituye un poderoso indicativo de la normalización de la «virilidad soberana» que se explicaba en profundidad en el marco teórico.

11) El anglicismo cool significa que algo está de moda.



Desde el estudio cuantitativo, se confirman las conclusiones de la observación participante. Un 65,4% de las mujeres afirmaron haber recibido preguntas como «¿eres sumisa?» y un 76,3% dijo haber recibido preguntas sobre prácticas sexuales que el usuario masculino consideraba imprescindibles para establecer una posible relación sexual o afectiva. (Ver tabla 10)

TABLA 10.

En la primera interacción con un match, ¿te han preguntado...?

[Si eres sexualmente sumisa]



En tus interacciones con usuarios en el chat, ¿te has sentido incómoda o presionada por...?

[Me han preguntado si practicaría determinadas prácticas sexuales que él considera imprescindibles para una relación]



Por su popularidad social, el concepto de BDSM es el que se repite más a menudo para englobar con un término cool distintas prácticas masoquistas. En ese sentido, hemos de decir que, a pesar de utilizarse como un término neutro en el que hombres y mujeres pueden ejercer tanto rol sumiso como dominante, solo un 2% de los perfiles masculinos que se referían a prácticas de BDSM analizados en el estudio cualitativo lo hacían desde el rol sumiso.

Es decir, el 98% de los perfiles que contenían alusiones al BDSM eran hombres que se excitaban sometiendo a mujeres, ahora como «entrenar novatas» o «abrirles la mente». En esta línea, el 54,6% de las encuestadas afirma que se les ha preguntado sobre su interés por el BDSM en el primer contacto por chat o interacciones muy iniciales. En ese sentido, se detectan las siguientes tendencias al respecto. (Ver tabla 11)

Como podemos observar en el gráfico, el 50,9% de las encuestadas ha respondido a las preguntas de los usuarios interesados en BDSM de forma afirmativa, es decir, afirmando que le gustan los juegos de dominación.

Entre las mismas encuestadas, sin embargo, el 73,8% afirmó haber respondido que no le gusta el BDSM sin representar eso ningún problema para el usuario interesado. Un 61%, además, afirmó haber recibido calificativos como «mojigata» por no estar interesadas en este tipo de prácticas.

TABLA 11.

Responde si te identificas en alguna de estas situaciones:

[He respondido que me atraen los juegos en los que los hombres me dominan sexualmente]



[He respondido que no me gustan y le ha parecido bien]



[Me he sentido presionada para responder que me atrae o quiero probar el BDSM]



[Tras responderle que no me gustan y/o no quiero probarlas, me ha comentado educadamente que prefiere buscar a otra chica con sus mismas preferencias]



[Me han llamado "mojigata" o algo similar por responder que no me atraen las prácticas de dominación]



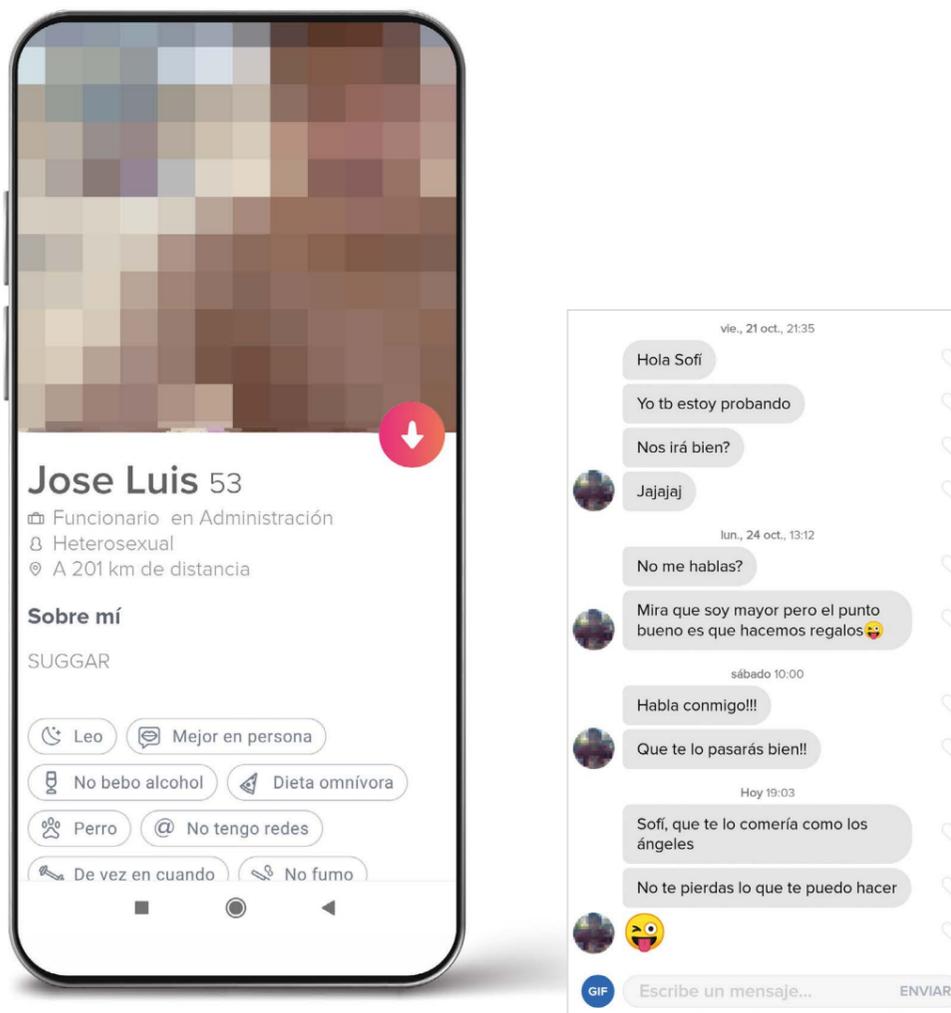
[Me han llamado "mojigata" o algo similar por responder que no quiero abordar ese tema por chat]



PROSTITUCIÓN 2.0

Como hemos visto en el marco teórico, la prostitución, una de las formas de deshumanización de las mujeres más violenta y profundamente ligada a opresiones estructurales de sexo, clase y raza, ha experimentado un proceso de glamurización en el paradigma neoliberalismo-patriarcado vigente. De esta forma, términos como *sugar baby* y *sugar daddy* sustituyen los de «mujeres prostituidas» y «putero», respectivamente, ahora con connotaciones de una supuesta «libre elección» y un «beneficio económico» justificando el acceso de los hombres a los cuerpos de mujeres que no les desean. Desde la observación participante se encuentran perfiles de hombres que se catalogan abiertamente como *sugar daddys*, así como otros de hombres, mayormente entre 45 y 55 años, exhibiendo objetos de lujo o haciendo

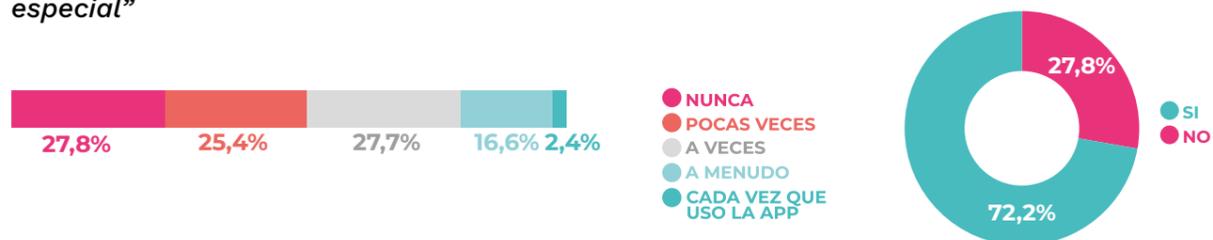
referencias a un nivel adquisitivo elevado en sus fotografías y textos. En un pequeño número de casos, se trata de perfiles estándar —sin referencias a dinero o «intercambio»— que ofrecen dinero o regalos a través de los mensajes como medio de convencer a la usuaria que no responde a sus interacciones iniciales.



Desde el estudio cuantitativo, un 72,2% de las mujeres encuestadas afirman haber visto perfiles en los que se ofrecen dinero o regalos a cambio de sexo o amistad especial y un 60,2% afirmaba haber recibido mensajes ofreciéndoles regalos y/o dinero para conseguir una cita. (Ver tabla 12)

TABLA 12.

¿Has visto perfiles de hombres ofreciendo dinero o regalos a cambio de sexo-“amistad especial”



¿Te han ofrecido dinero o regalos para quedar?



En el «patriarcado del consentimiento» actual —concepto desarrollado en el marco teórico— las mujeres son bombardeadas con el discurso del empoderamiento sexual en el que el derecho a una sexualidad placentera y libre se confunde intencionadamente con la sexualidad como fuente única de la identidad de las mujeres. Con la prostitución, además, se presenta como sinónimo de libertad sexual el concepto opuesto, es decir, mantener relaciones sexuales con alguien que no se desea, para sobrevivir o tener acceso a recursos fundamentales como la educación, que deben ser accesibles para toda la población en una sociedad justa. Las grandes cantidades de dinero con las que se asocia la prostitución en medios de comunicación y redes sociales no son ciertas fuera de casos excepcionales de influenciadoras, pero, aunque lo fueran, no convertirían el sexo en algo disociado del cuerpo de las mujeres, como parece indicar el relato neoliberal. Es decir, el sexo no ocurre en un lugar ajeno a la persona, no se compra en la estantería de un supermercado, sino que se practica en el propio cuerpo. En ese sentido, las mujeres supervivientes de prostitución muestran frecuentemente cuadros de estrés postraumático, depresión y otras patologías graves **(Rodríguez, 2018)**.

Es revelador que esta supuesta disociación entre cuerpo y mente —la disociación del ser completo— solo se les aplica a las mujeres y siempre en un sentido relacionado con la sexualidad —prostitución, vientres de alquiler, etc.— como resultado de la cosificación patriarcal. Es improbable escuchar este tipo de relato aplicado a los hombres, para quienes no se considera empoderante mantener relaciones con personas que no desean.

En el paradigma de la «empresaria sexual» —abordado en el marco teórico—, hemos podido apreciar una significativa cantidad de perfiles femeninos con enlaces a sus cuentas de Instagram basadas en contenido hipersexualizado. Entre todos ellos, un pequeño porcentaje indicaba en sus biografías de Instagram enlaces a cuentas de *OnlyFans*. También han aparecido varios perfiles femeninos que se trataban realmente de anuncios de locales de prostitución gestionados por terceros, es decir, mediados por proxenetas. Como podemos observar, las aplicaciones de citas son susceptibles de utilizarse como canales de proxenetismo digital o lugar para captar mujeres en situaciones vulnerables, reproduciendo a la vez el discurso de desigualdad de las mujeres que es la prostitución. En ese sentido, es importante reseñar que no se encontraron perfiles femeninos buscando sugar babies masculinos ni se recibió ningún tipo de mensaje ofreciendo regalos o dinero a cambio de sexo en el perfil de Coque 24 a pesar de abrirse el rango de edad igualmente a mujeres hasta 55 años.

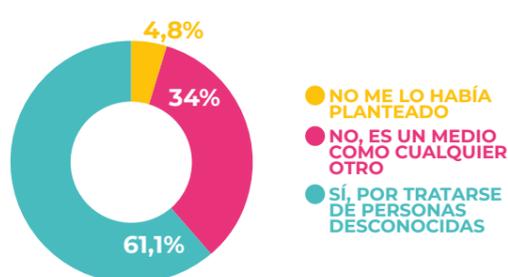
VIOLENCIA MEDIADA POR APLICACIONES DE CITAS. LOS ENCUENTROS PRESENCIALES

Este apartado se dirige a identificar las violencias sexuales que se producen en encuentros presenciales mediados por aplicaciones de citas, atendiendo a factores propios como la lógica de mercado que aplican estas plataformas y a sus particularidades de anonimato e inmediatez. Dado que no es posible realizar una observación participante en este sentido, los datos expuestos provienen únicamente del estudio cuantitativo que se ha realizado mediante la encuesta.

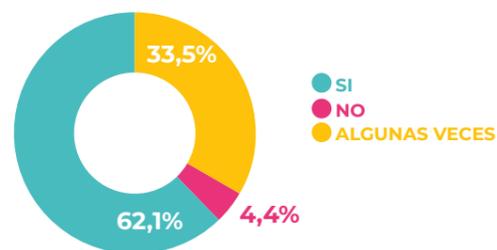
Primeramente, es reseñable hablar sobre la percepción de riesgo que las usuarias tienen de las aplicaciones de citas. Entre las encuestadas, un 64% manifestó sentir un riesgo mayor al tratarse de desconocidos frente a un 36% que no se había planteado la cuestión o que respondió de manera negativa por tratarse de un medio como otro cualquiera para conocer gente. Estos resultados, sin embargo, chocan con los obtenidos al preguntarles si le dicen a alguien de confianza dónde y con quién han quedado cuando la cita se ha mediado por una aplicación, en los que un 94% afirma hacerlo siempre o a veces. *(Ver tabla 13)*

TABLA 13.

¿Percibes las citas con usuarios de Tinder como un riesgo mayor a la hora de sufrir violencias que con personas que has conocido fuera de aplicaciones (estudios, trabajo, amigos de amigos, bares...)?



Si quedas con alguien de Tinder, ¿le dices a alguien de confianza dónde y con quién has quedado, para sentirte más segura?

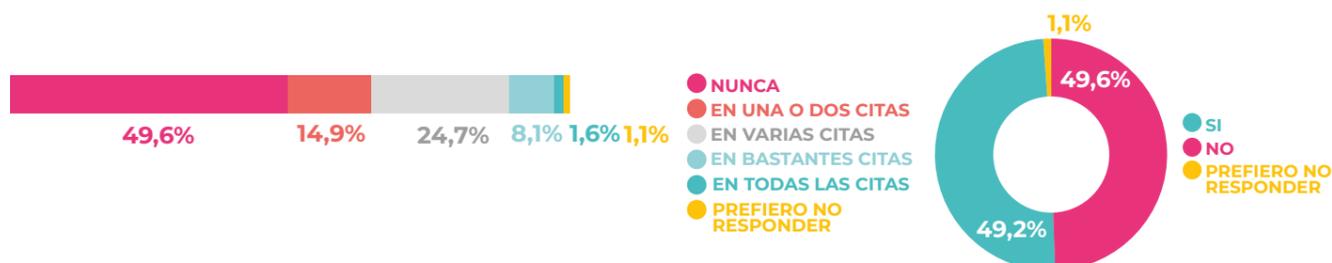


También son significativos los datos relativos a usuarias que detectaron que el hombre con el que habían quedado tenía una relación de pareja que no había mencionado o que inventaba anécdotas o historias significativas sobre su vida. En ese sentido, en el concepto de seducción patriarcal siempre se ha contemplado el hecho de mentir a las mujeres como algo legítimo a la hora de buscar relaciones sexoafectivas de cualquier tipo, especialmente las más casuales. La mentira como algo aceptable e incluso «inteligente» cuando se trata de conseguir mujeres es inseparable de la consideración deshumanizada de estas. Podemos observar cómo este tipo de tácticas se reproducen en productos culturales como series o programas de televisión, a menudo en clave de humor, o en los canales de los «coach de seducción» de TikTok o Youtube que hemos mencionado anteriormente.

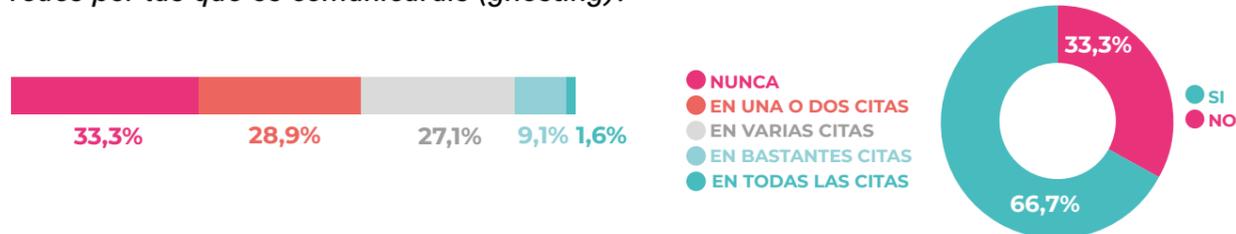
En vista de los resultados obtenidos, la obligatoriedad de la belleza femenina parece acentuarse en las lógicas del mercado que rigen los comportamientos de los usuarios de aplicaciones de citas. Un 52% las mujeres encuestadas afirmaron que algún usuario había expresado decepción sobre su aspecto físico de forma más o menos explícita en un primer encuentro. En este mismo paradigma se fragua el famoso *ghosting*¹², que se produce también después de varias citas aparentemente satisfactorias para ambos cuando el usuario deja de contestar o incluso bloquea a la otra persona sin ninguna explicación. A lo largo de los últimos años han surgido una buena cantidad de términos para referirse a variaciones de este suceso como el *breadcrumbing* o «migajas de pan», cuando el usuario no desaparece del todo, sino que reduce el contacto al mínimo para poder «recurrir» a esa cita si no aparece nadie mejor o el *orbiting*, algo similar, pero con mínimos contactos en redes sociales como reacción a publicaciones, etc. En el paradigma neoliberal de consumo de personas y relaciones, debemos señalar que estos fenómenos deshumanizantes pueden sucederle tanto a hombres como a mujeres. A pesar de ello, tanto los datos del estudio cuantitativo (el 66,7% de las mujeres lo ha experimentado) como el elevado número de contenidos sobre *ghosting* dirigido a mujeres en medios de comunicación y redes sociales sugieren una mayor incidencia sobre las mujeres, ya de por sí deshumanizadas en el sistema patriarcal. (Ver tabla 14)

TABLA 14.

¿Consideras que alguna cita te ha animado a seguir bebiendo para tener relaciones sexuales?



Tras una o varias citas aparentemente satisfactorias para ambos, alguna cita ha desaparecido de la app y/o te ha dejado de responder o bloqueado en aplicaciones de mensajería u otras redes por las que os comunicarais (*ghosting*)?



Debemos recalcar que, a pesar de la hipersexualización de la nueva feminidad vigente, el amor romántico sigue posicionándose como una prioridad en la vida de las mujeres. Tal y como avanzaban los estudios de **Machin** y **Thornborrow** en el marco teórico, a pesar de las consignas de empoderamiento e independencia femeninas que se repiten en redes sociales y medios de comunicación, el «poder» de las mujeres y su autoestima sigue condicionado a la validación masculina en este relato. En el estudio cualitativo a través del perfil masculino, se observó un número muy superior de usuarias que buscaban relaciones

estables, con alusiones a los roles de género tradicionales del mito del amor romántico, frente al de aquellas que buscaban relaciones más casuales o a las que buscaban relaciones significativas fuera de los roles del amor romántico.

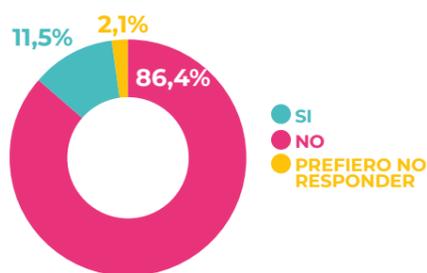
VIOLENCIA SEXUAL EN LOS ENCUENTROS MEDIADOS POR APP DE CITAS

Como venimos avanzando a lo largo del estudio, la violencia sexual es una de las manifestaciones más brutales de la ideología patriarcal de la inferioridad femenina. La violencia sexual constituye una herramienta coercitiva de la política sexual —ampliamente contextualizada en el marco teórico— más vinculada con el «poder» o el «derecho» masculino que con el propio deseo sexual. En el ámbito de las aplicaciones de citas, la deshumanización patriarcal de las mujeres se refuerza con la lógica neoliberal de consumo sobre las que estas se cimentan y con sus peculiaridades asociadas de anonimato e inmediatez.

Los resultados de la encuesta muestran datos alarmantes junto con una fuerte resistencia a nombrar como «violencia sexual» muchas de las agresiones explícitas que las mujeres sufren. Esto puede ser debido a la permanencia del mito de la violación, que hace que la violencia sexual se identifique exclusivamente con aquella que es cometida por un desconocido en un callejón oscuro y con mediación de la violencia. Tal y como señala el *Informe Noches Seguras para Todas*, «las violencias sexuales que no se corresponden con lo que se entiende por violación en la sociedad, y que son perpetradas por conocidos o amigos, no son fácilmente reconocibles» (**Federación Mujeres Jóvenes, 2021**). En ese sentido, en una primera pregunta directa, el 86,4% de las mujeres negó haber sufrido cualquier tipo de violencia sexual en citas mediadas por aplicaciones. (*Ver tabla 15*)

TABLA 15.

Has sufrido algún tipo de violencia sexual en una cita de Tinder?



Este dato, inicialmente optimista, choca con los resultados obtenidos en preguntas más específicas, en las que el porcentaje de respuestas afirmativas roza el 50% cuando les preguntamos si se han sentido presionadas para mantener relaciones sexuales en estos encuentros y el 40% si se trata de presión para acceder a prácticas de dominación sexual o BDSM. Aparentemente, en relación con la pregunta anterior, las encuestadas no consideran la

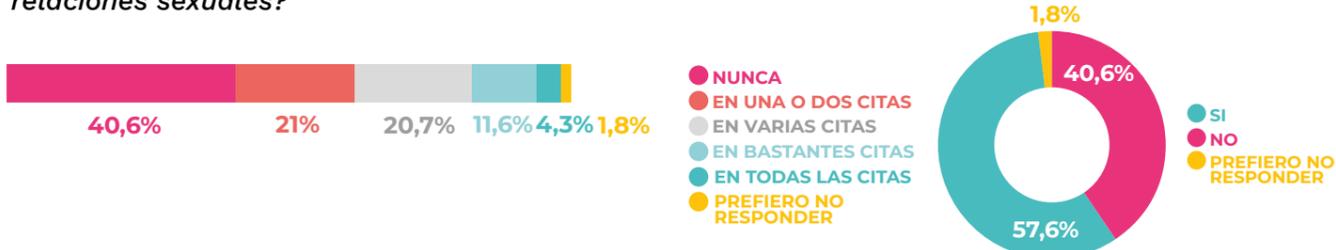
presión para mantener relaciones o para realizar prácticas no deseadas durante estas como una forma de violencia. (Ver tabla 16)

TABLA 16.

¿Consideras que alguna cita te ha animado a seguir bebiendo para tener relaciones sexuales?



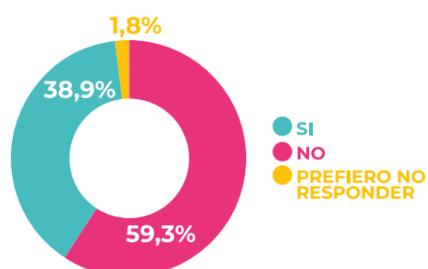
¿Te has sentido presionada por alguna de tus citas a través de aplicaciones para mantener relaciones sexuales?



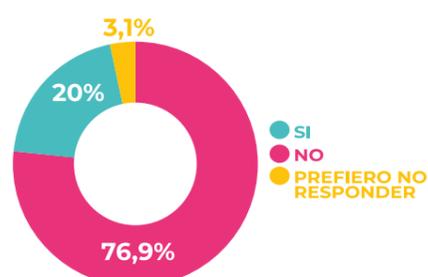
Más del 57%, además, consideró que alguna de sus citas las había animado a beber con el objetivo de tener sexo. Si modificamos la pregunta introduciendo el concepto de abuso, «Mi cita me emborrachó o me drogó para abusar de mí», el porcentaje se reduce hasta un 20% que sigue constituyendo una cifra más que alarmante. Entendemos que el hecho de no considerar violencia sexual aquellas prácticas relacionadas con la presión que no implican violencia física proviene del relato del «consentimiento» libre que no tiene en cuenta factores estructurales o de coacción subyacentes como el miedo, el chantaje emocional o la autculpabilización. También del papel de incitadoras que les otorga esta misma narrativa, especialmente una vez que acceden a ir a un lugar privado con su agresor o si han tomado «demasiado» alcohol. En ese sentido, no son pocos los comentarios en redes sociales, noticias sobre violencia sexual o incluso sentencias judiciales que responsabilizan a la víctima de la violencia sufrida en base a estos factores reproduciendo el peligroso relato del machismo. (Ver tabla 17)

TABLA 17.

Respecto al BDSM o relaciones de dominación, ¿te has sentido presionada por tu cita para acceder a practicarlas?



¿Has vivido alguna de estas situaciones durante el sexo con una cita de Tinder? [Me emborrachó o drogó para abusar de mí]

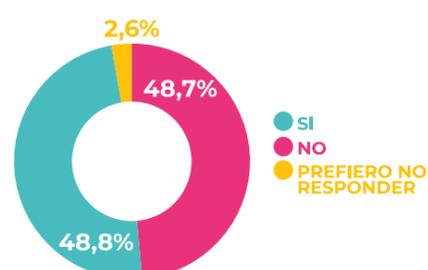


Cuando les preguntamos a las mujeres jóvenes si habían vivido alguna de estas situaciones violentas en sus citas, las encuestadas respondieron de la siguiente manera. (Ver tabla 18)

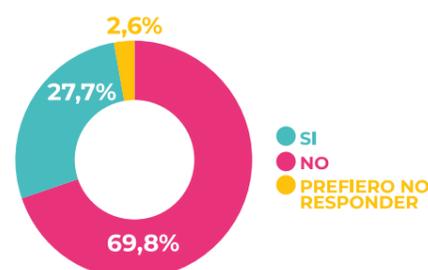
TABLA 18.

¿Has vivido alguna de estas situaciones durante el sexo con una cita de Tinder?

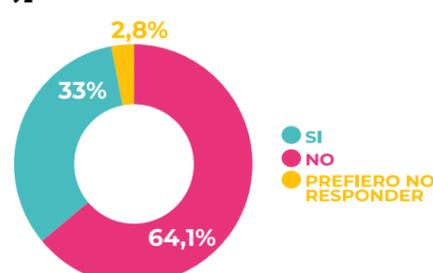
[Me sentí como un objeto, le daba igual que yo disfrutara o no]



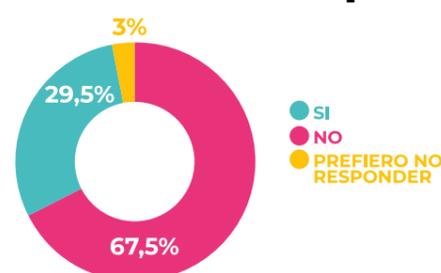
[Fue violento durante el sexo (ahogamientos, insultos, tortazos...) a pesar de que no habíamos acordado ese tipo de prácticas]



[Quise parar y se enfadó (con o sin violencia explícita)]



[Me presionó para realizar prácticas que no me apetecían durante la relación]



En línea con la cosificación de las mujeres que institucionaliza el sistema de dominación patriarcal, un 48,8% de las encuestadas afirmó haberse sentido un objeto cuyo placer no es relevante en sus encuentros sexuales mediados por aplicaciones de citas. De este porcentaje, el 26,3% afirmaba haberlo vivido en frecuencias altas, como en varias citas (18,4%), bastantes citas (6,2%) o incluso en todas las citas (1,7%). Sería interesante investigar si el porcentaje de mujeres que sienten que su placer no es relevante para el hombre es el mismo en relaciones no mediadas por aplicaciones de citas, para determinar si la lógica mercantil de estas devalúa aún más el valor de las mujeres como parte de un escaparate en un sistema machista. Esta pregunta podría aplicarse a todos los datos de esta parte del estudio, junto con el componente clave que la inmediatez y el anonimato juegan en la violencia sexual.

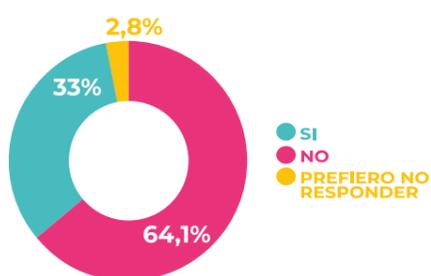
Otro dato alarmante es que el 27,7% de mujeres tuvieron relaciones con hombres que fueron violentos durante el sexo realizándoles ahogamientos, abofeteándolas o insultándolas sin haber hablado sobre este tipo de prácticas previamente. Si bien desde la perspectiva de este estudio solicitarlas sigue constituyendo un acto de misoginia en cuanto erotización del dolor y el sometimiento femenino, estos datos nos dan una idea de la aceptación social de la que goza la dominación sexual masculina y de la legitimación que sienten los hombres para llevarla a cabo, como si se tratara de algo «natural». De alguna manera, también podría influir el tratarse de mujeres sin un entorno en común y con las que quizá no se vuelva a coincidir nunca más. En esta

misma línea, un alarmante 29,5% de las encuestadas fue presionada durante la relación para realizar prácticas que no eran de su agrado.

Los deseos de las mujeres, como seres inferiores a los hombres en el paradigma patriarcal, son susceptibles de ser cuestionados o ignorados por estos, también en cuanto al deseo sexual. Este fenómeno puede resultar contradictorio en un sistema en el que la sexualidad constituye el núcleo de la identidad y el poder femenino. Lo que sucede es que la sexualidad que se les ofrece a las mujeres como sinónimo de modernización y poder no es la suya propia — su libertad y su placer—, sino la sexualidad de los deseos de los hombres, la complacencia y la sumisión de siempre disfrazadas ahora de libre elección y «energía femenina». De esta manera, un 33% de las mujeres respondió que el hombre con el que estaba teniendo algún tipo de contacto sexual en una cita de Tinder se enfadó (con o sin violencia) cuando ella quiso parar. *(Ver tabla 19)*

TABLA 19.

¿Has vivido alguna situación durante el sexo con una cita de Tinder en la que quisiste parar y se enfadó (con o sin violencia explícita)?

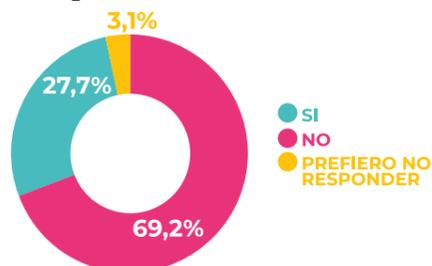


En líneas similares, el 33,8% afirman haberse sentido presionadas para continuar con el sexo después de manifestar su deseo de parar. El 28,8% de mujeres que afirmaron que, a pesar de haberle hecho saber a su pareja sexual que una práctica les estaba haciendo daño, él continuó. El 27,7% denunció que su pareja sexual había intentado grabarla o hacerle fotos íntimas sin su consentimiento (durante la relación, durmiendo, etc.). *(Ver tabla 20)*

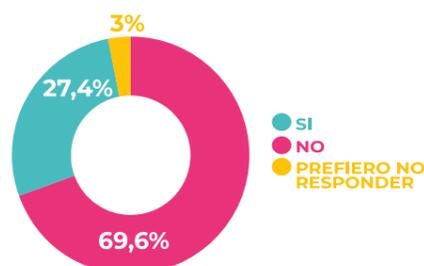
TABLA 20.

¿Has vivido alguna de estas situaciones durante el sexo con una cita de Tinder?

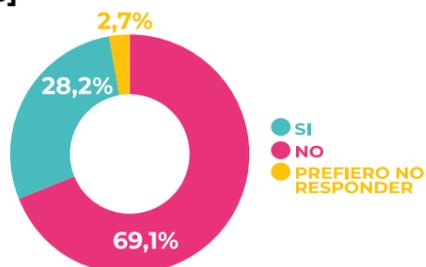
[Me penetró sin preservativo sin preguntarme]



[Trató de grabarme o hacerme fotos sin mi consentimiento (Durante la relación, durmiendo etc.)]



[Le dije que alguna práctica me hacía daño y él siguió]



La salud sexual y reproductiva de las mujeres también es susceptible de ser ignorada en lo referente al uso del preservativo, con cifras tan significativas como estas. (Ver *tabla 21*)

TABLA 21

¿Has vivido alguna de estas situaciones durante el sexo con una cita de Tinder?



El último dato del estudio es especialmente alarmante: el 21,7% de las mujeres fueron forzadas a tener una relación sexual mediante violencia explícita. Es decir, de las 963 mujeres de la muestra del estudio, 208 fueron violadas en el sentido más consensuado socialmente del término, mediando la violencia física. A pesar de ello, este 21,7% duplica la cifra obtenida en la pregunta «¿has sufrido algún tipo de violencia sexual en una cita de Tinder?» a la que solo el 11,49% de las mujeres respondió afirmativamente. Esta tendencia reafirma la resistencia de las mujeres a nombrar como tal la violencia sexual, especialmente en los casos en los que han accedido voluntariamente a ir con el agresor a algún lugar más privado. (ver *tabla 22*)

TABLA 22.

¿Has vivido alguna de estas situaciones durante el sexo con una cita de Tinder?

[Utilizó violencia explícita para forzarme a tener una relación]



Además del estudio cuantitativo, queremos destacar la gravedad de distintos casos de violencia sexual que han saltado a los medios, relacionados con aplicaciones de citas. En el más reciente, el de la manada de Castelldefels, un grupo de hombres jóvenes quedaba con sus víctimas en plataformas como Badoo o Tinder y utilizaba la sumisión química para perpetrar agresiones grupales: «las chicas aceptaban algún tipo de prácticas sexuales, después de consumir alcohol y drogas, los hombres atacaban a las mujeres y las grababan, imágenes que después compartían por los canales de WhatsApp» (**Planes, 2023**). Otros casos recientes en relación con aplicaciones de citas han sido el del agresor de Madrid que convencía a sus víctimas para quedar en un lugar oscuro, tras asegurarles durante meses que tenía una enfermedad cutánea en el rostro (**Peiró, 2022**), o la violación grupal de Bilbao (**Arroyo, 2022**).

En la punta del iceberg de las violencias machistas también es posible señalar casos de feminicidio en los que el asesino captó a su víctima en aplicaciones de citas. En España, en 2019, el feminicidio de una joven valenciana a la que el asesino captó en una web de citas destapó dos asesinatos machistas más —ambos casos de mujeres prostituidas— y seis agresiones sexuales que el agresor había cometido previamente **(Marco, 2022)**. A nivel global, existen un buen número de casos documentados como el asesinato de la joven australiana asesinada en Cranebook **(Smith, Ains, 2022)** o la joven inglesa que fue asesinada por su cita en Auckland. En este último caso, el asesino utilizó la aplicación con normalidad al día siguiente del homicidio **(BBC News, 2020)**. La intención de esta investigación visibilizando estos casos no es la de alentar el «terror sexual¹³» sino la de remarcar la necesidad de unas aplicaciones de citas más seguras para las mujeres mediante políticas adecuadas, como puede ser una verificación de datos más estricta o mecanismos de aviso para usuarios peligrosos más efectivos que los vigentes.

.....

13) El «terror sexual» es la narrativa patriarcal por la se les inculca a las mujeres el miedo a la violencia sexual para mantenerlas en el ámbito doméstico, como mecanismo de control de su ocio. .

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO Y ANEXO

APPS SIN VIOLENCIA CONCLUSIONES

Las aplicaciones de citas se han convertido en una forma habitual de búsqueda de relaciones sexoafectivas para la juventud. Como espacios relacionales de una sociedad patriarcal, en las redes de citas se reproduce el continuo de violencias machistas de los entornos físicos que se adapta e incluso se amplifica en la esfera virtual gracias a sus especificaciones de inmediatez y anonimato. Como mediadoras de relaciones sexoafectivas, además, las aplicaciones de citas constituyen una tipología de red social especialmente significativa en cuanto a la reproducción de ideales femeninos subordinados, cimentados sobre estereotipos patriarcales, bien en su versión «tradicional» o en sus actualizaciones en el paradigma neoliberal vigente.



En ese sentido, es fácilmente identificable un nuevo modelo de feminidad que cimienta la identidad y el poder de las mujeres en su atractivo y su sexualidad. Esta «nueva feminidad» les ofrece a las jóvenes una supuesta modernización de la feminidad tradicional de la maternidad y el hogar mientras mantiene una definición homogénea y profundamente generizada de las mujeres, reducidas ahora a otro aspecto de su sexualidad y subordinadas a la mirada masculina. El nuevo ideal femenino, denominado «posfeminista» por numerosas autoras, es fácilmente identificable en las aplicaciones de citas como parte de los requerimientos de los perfiles masculinos en cuanto a la mujer que buscan conocer. En este sentido, destaca la alternancia de adjetivos tradicionales como «sencilla», «risueña», «guapa» o «femenina» con otros como «atrevida», «de mente abierta» o «segura de sí misma», estos últimos siempre en relación con su sexualidad. A su vez, se percibe un fuerte desprecio a las mujeres que no encajan con este modelo, a veces incluso de manera explícita o violenta.

Las aplicaciones de citas reproducen formas *offline* de violencia sexual como el piropo o el acoso sexual, que se aceleran y se desarrollan de forma propia en la virtualidad de la inmediatez y el anonimato. Tanto en los perfiles masculinos como en los mensajes de chat es frecuente encontrar textos o imágenes que reproducen propuestas sexuales explícitas dirigidas a «la audiencia femenina» desde una percepción cosificada

y uniforme. Se percibe también una fuerte glamurización de la prostitución y la pornografía, así como de las prácticas de sometimiento sexual de las mujeres. En este sentido, cabe destacar la variable de la diferencia de edad como significativa en relación con primeras interacciones violentas, incluyendo las propuestas de prostitución encubierta, ahora con el término *sugar daddy* sustituyendo a «putero». Respecto a la dominación sexual de las mujeres, debe destacarse una frecuencia de aparición diaria de perfiles que demandan de forma abierta este tipo de prácticas con términos neutros como BDSM o «juegos de dominación» para referirse casi en exclusiva al sometimiento femenino.

La investigación correspondiente a los encuentros presenciales, llevada a cabo exclusivamente de forma cuantitativa, muestra unas cifras escalofriantes de violencia

sexual en las citas. Es imposible determinar la influencia exacta de los factores del anonimato y la inmediatez en ese sentido, pero los resultados obtenidos, junto con los casos de noticias documentados, sugieren estas variables como relevantes en el continuo de violencia sexual patriarcal que sufren las mujeres y que se reproduce también en estos espacios. De la misma

forma, es posible sugerir que el fenómeno de la disociación de la «identidad virtual» y la «identidad real» facilita la reproducción de sesgos machistas en las sociedades formalmente igualitarias de la doble verdad.

Destacan en este sentido cifras tan elevadas como un 57,9% de mujeres que se sintieron presionadas para mantener relaciones sexuales en estos encuentros o un 40% que sintió lo mismo en relación con prácticas de dominación sexual o BDSM. Casi un 30% de las mujeres afirmó que su pareja sexual continuó con una práctica tras haber manifestado ellas dolor físico y deseo de parar. Finalmente, entre otros datos incompatibles con una sociedad que se dice igualitaria, un 21% de las mujeres fue forzada a mantener una relación sexual mediante violencia explícita.

Dada la relevancia de las aplicaciones de citas en las relaciones sexoafectivas de los jóvenes, concluimos una necesidad urgente de medidas que protejan a las mujeres en estos entornos virtuales así como en sus posteriores encuentros. De la misma manera, tras el estudio realizado, resulta imperativa la reflexión sobre el ideal femenino cosificado se ofrece a la juventud en medios de comunicación, redes sociales, productos culturales y publicidad, siendo la percepción social deshumanizada de las mujeres la realidad subyacente a la violencia machista en todo su espectro. Desde esta investigación, consideramos apremiante la construcción de un modelo social realmente igualitario, en el que la identidad de las mujeres no se construya sobre su sexualidad, sino sobre el mismo abanico de intereses individuales y ambiciones personales que se les ofrece a los hombres.

La nueva feminidad ofrece a las jóvenes una modernización de la feminidad tradicional mientras mantiene una definición homogénea de las mujeres, reducidas a su sexualidad y subordinadas a la mirada masculina.

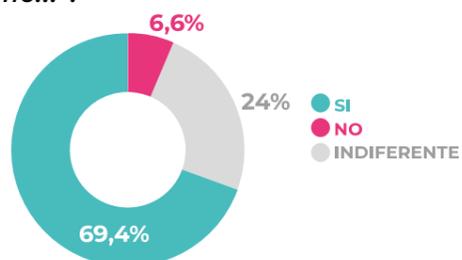
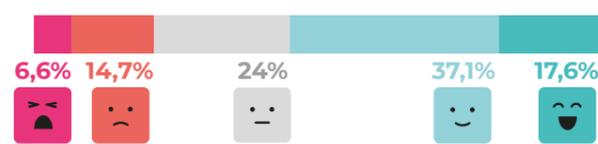
ANEXO

La recogida de información cuantitativa se ha efectuado a través del método de encuesta, con una muestra total de 963 mujeres heterosexuales entre 18 y 35 años, usuarias de Tinder y con un margen de error muestral de 3,16. La decisión de limitar la muestra a mujeres heterosexuales se tomó con el fin de acotar al máximo posible —al menos en esta primera aproximación— las narrativas heterosexuales y heteronormativas en la búsqueda de relaciones sexoafectivas mediadas por estas redes. La encuesta constaba de 40 preguntas dirigidas a identificar las violencias que las mujeres sufren por el mero hecho de serlo en estos entornos, tanto en sus etapas iniciales online como en sus posteriores encuentros presenciales.

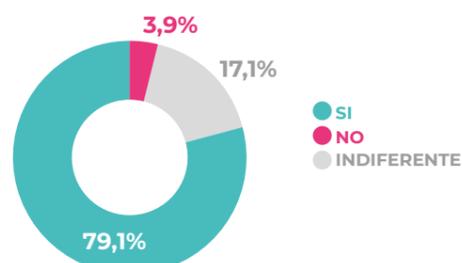
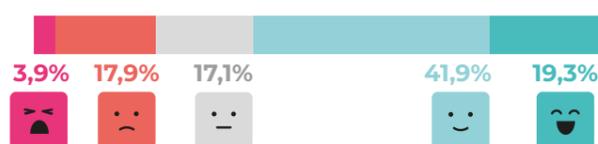
En este anexo, no hemos incluido representación de variables sociodemográficas ni de uso de Tinder, por ello, el número de gráficos no coincide con el número de preguntas. Para las preguntas relacionadas con citas, la muestra se vio reducida a 705 participantes porque sólo se conforma por aquellas que hayan afirmado tener citas. Para los gráficos correspondientes a la pregunta 1, la muestra es de 879 participantes, debido a 84 datos perdidos.

1. ¿En qué grado te gusta mostrarte en tu biografía de Tinder como... ?

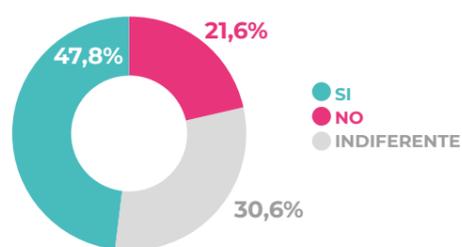
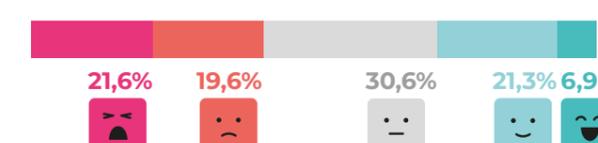
[Femenina]



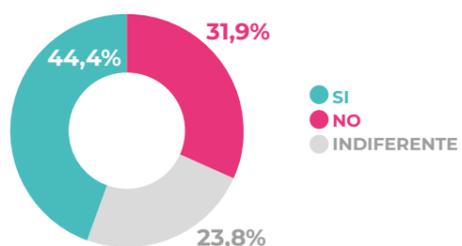
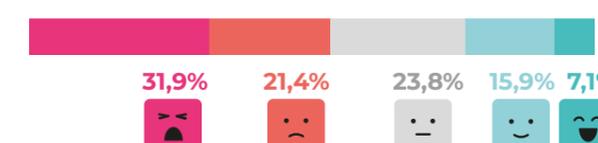
[Divertida y despreocupada]



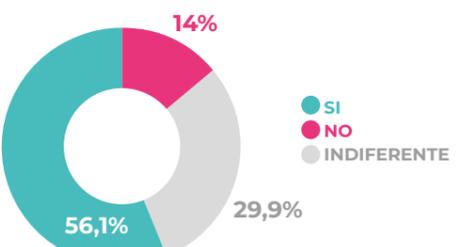
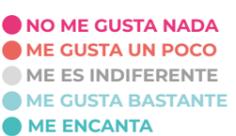
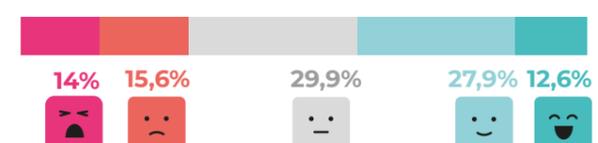
[Tradicional]



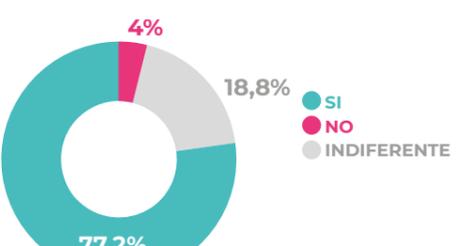
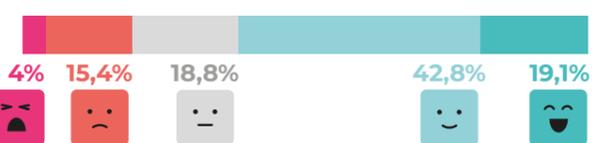
[Princesa/delicada]



[Sexualmente empoderada]

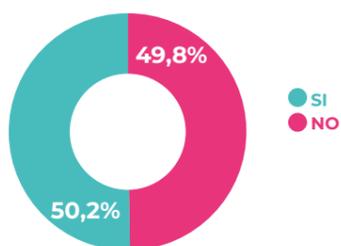


[Risueña/cariñosa/tranquila]

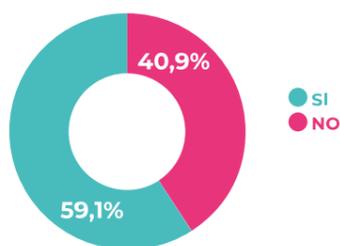


2. ¿Utilizas alguno de estos adjetivos o similares para definir el tipo de hombre que buscas en tu biografía?

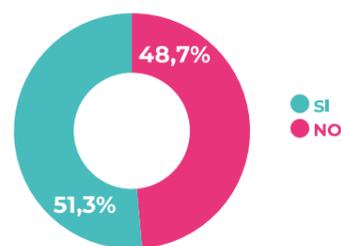
[Fuerte]



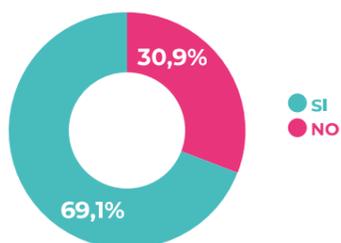
[Valiente]



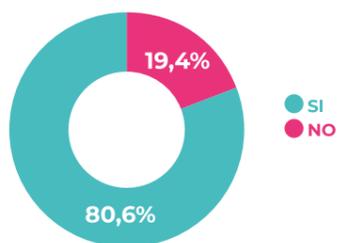
[Protector]



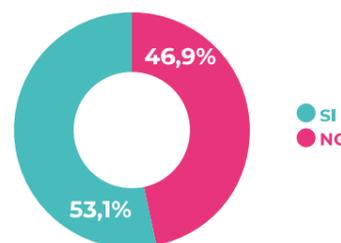
[Carismático]



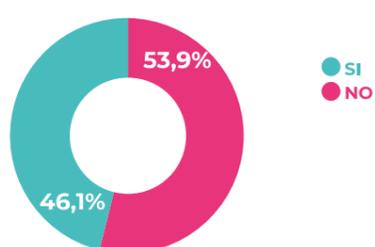
[Inteligente]



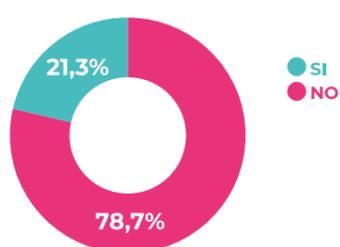
Masculino



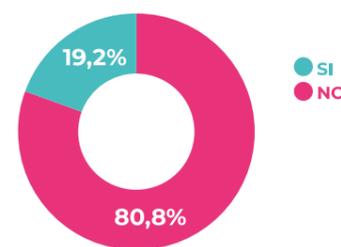
3. ¿Incluyes en tu perfil fotografías en las que se te vea sexy?



4. ¿Incluyes en tu perfil imágenes sobre juegos de dominación sexual en las que los hombres asuman el rol sumiso/sometido?

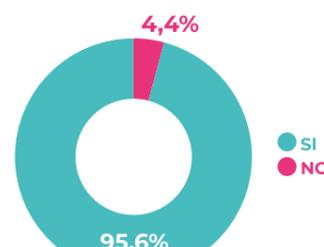
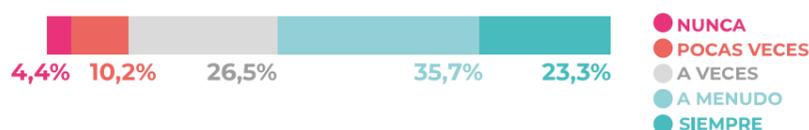


5. ¿Incluyes en tu perfil contenido sexual explícito en el texto (p.ej.: peticiones o proposiciones de prácticas sexuales)?

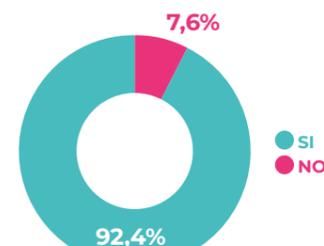
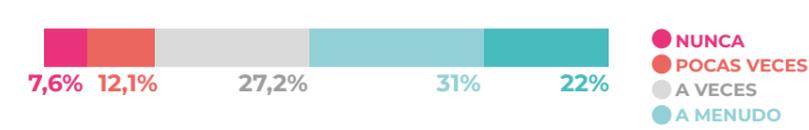


6. ¿Qué peticiones se repiten en el tipo de mujer que los hombres demandan en sus biografías de Tinder?

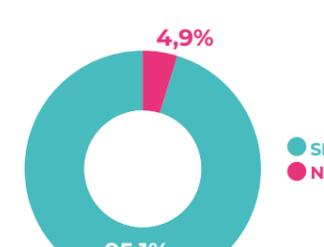
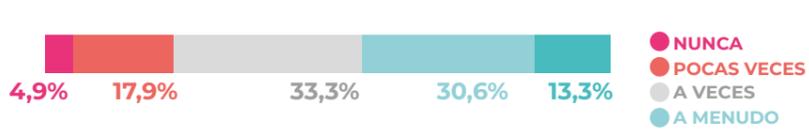
[Mujeres femininas]



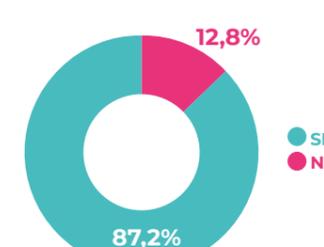
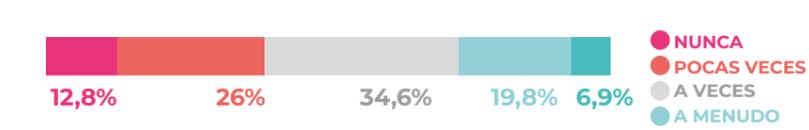
[Sin dramas/traumas]



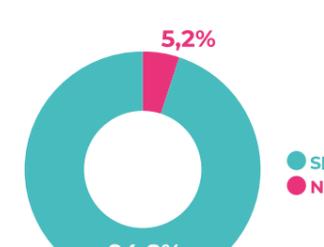
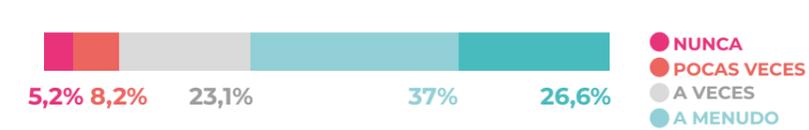
[Mujeres normales]



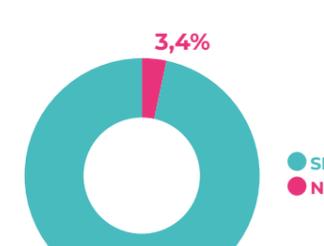
[Princesas/reinas]



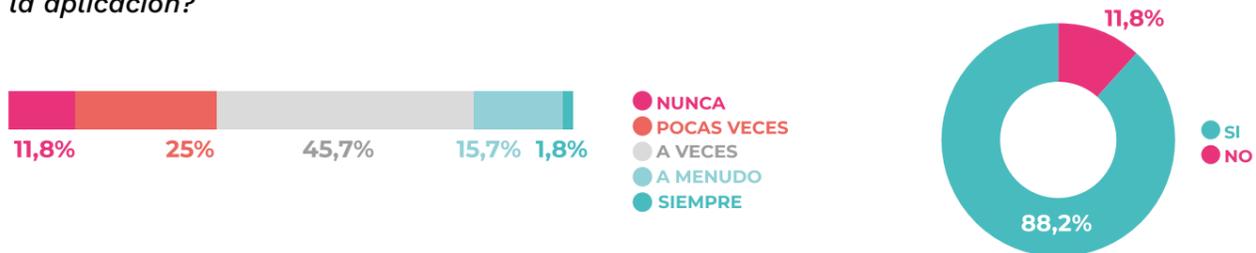
[Atrevidas/sexualmente decididas]



[Risueñas/cariñosas/tranquilas]

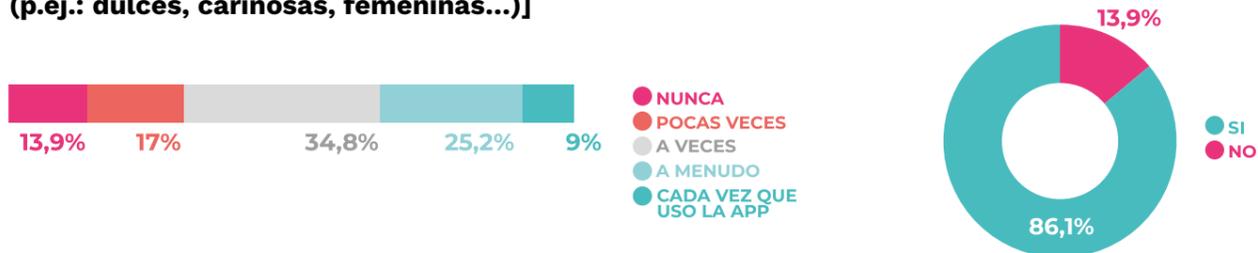


7. ¿Alguna vez te has sentido ofendida o incómoda leyendo alguna biografía de los usuarios de la aplicación?

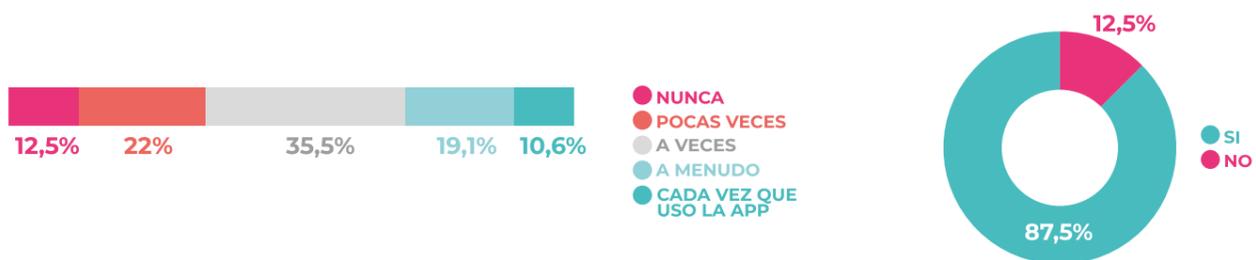


8. ¿Te has sentido ofendida/incómoda leyendo alguna biografía por alguno de los siguientes motivos?

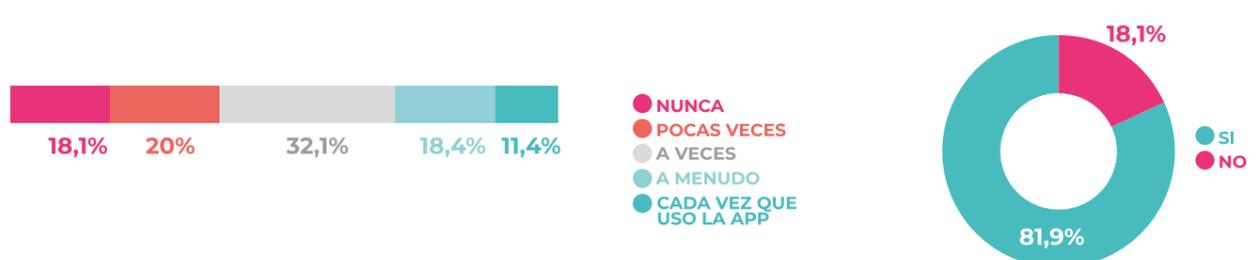
[Mujeres estereotipadas física (p.ej.: "que se cuida, femeninas, jóvenes...") o emocionalmente (p.ej.: dulces, cariñosas, femeninas...)]



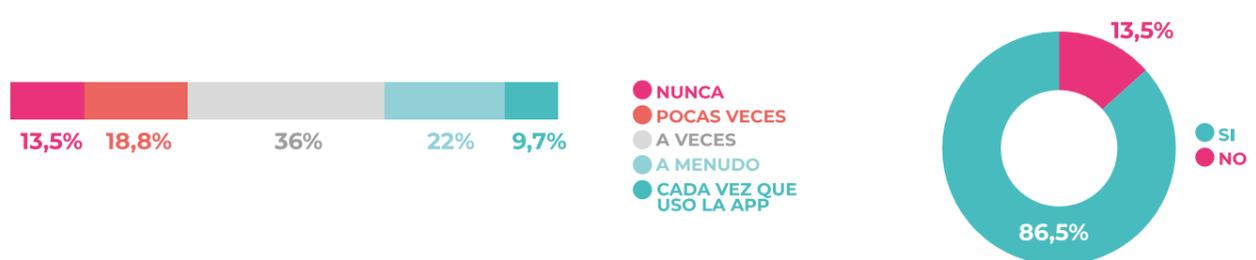
[Estereotipos despectivos hacia las mujeres (p.ej.: frívolas, histéricas, aprovechadas, simples...)]



[Contenido sexual explícito en imágenes (p.ej.: mujeres humilladas, sometidas, violentadas...)]



[Contenido sexual explícito en el texto (p.ej.: peticiones o proposiciones de prácticas sexuales)]



9. ¿Alguna vez te ha parecido machista algún contenido de la biografía de un usuario (texto o imágenes)?



10. ¿Has visto perfiles que demanden prácticas sexuales como BDSM / Juegos de Dominación / No sexo Vainilla o similar?



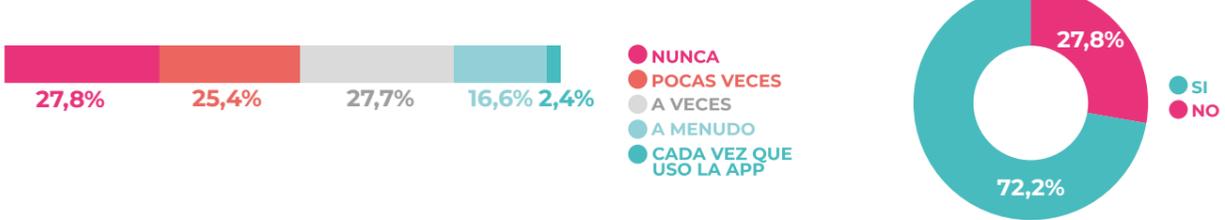
11. ¿Tinder te muestra perfiles de un rango de edad muy superior al que has elegido?



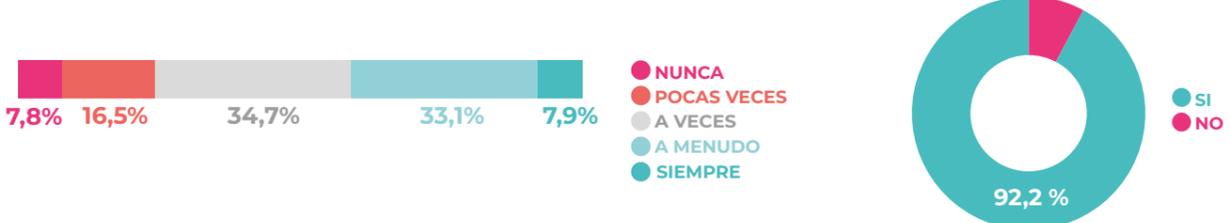
12. ¿Has visto perfiles de hombres que se presentan como casados o en relaciones buscando mujeres solo para infidelidad?



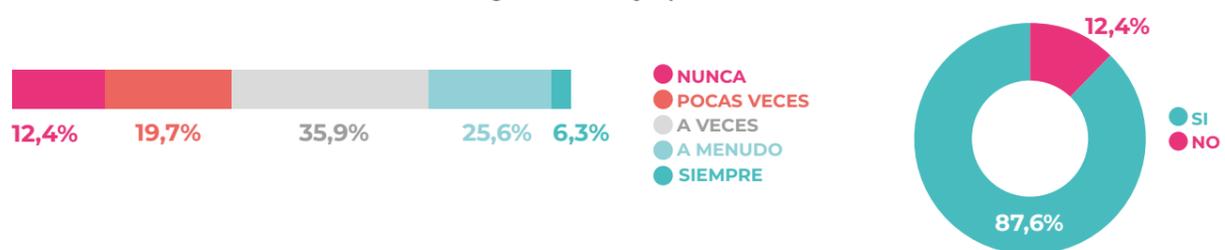
13. ¿Has visto perfiles de hombres ofreciendo dinero o regalos a cambio de sexo-“amistad especial”?



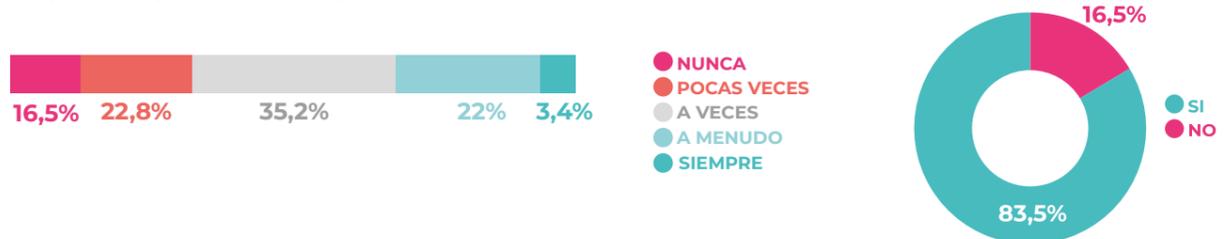
14. ¿Has recibido un primer mensaje en el que se alude directamente a tu físico, bien sea de manera positiva o negativa?



15. ¿Te has sentido incómoda con algún mensaje por ese motivo?



16. En las interacciones de presentación con un match –que no incluye demandas sexuales en su perfil–, ¿has recibido proposiciones sexuales explícitas?



17. En la primera interacción con un match, ¿te han preguntado si eres sexualmente sumisa?



18. En la primera interacción con un match, ¿te han preguntado directamente por tus preferencias sobre BDSM (prácticas de dominación sexual)?



19. En tus interacciones con usuarios en el chat, ¿te has sentido incómoda o presionada por alguno de los siguientes motivos?

[Me han pedido fotos de desnudos]



[Me han pedido mantener sexo telefónico/sexting]



20. En tus interacciones con usuarios en el chat, ¿te has sentido incómoda o presionada por...?

[Me han preguntado si practicaría determinadas prácticas sexuales que él considera imprescindibles para una relación]



21. Tras hablar brevemente con un match, o incluso antes de entrar en conversación, pierdes el interés (falta de tiempo, chequeas su perfil con más calma y no te gusta, tienes más interés por otras personas etc.), ¿te has sentido presionada por la insistencia de este contacto?"



22. Responde si te identificas en alguna de estas situaciones:

[He respondido que me atraen los juegos en los que los hombres me dominan sexualmente]



[He respondido que no me gustan y le ha parecido bien]



[Me he sentido presionada para responder que me atrae o quiero probar el BDSM]



[Tras responderle que no me gustan y/o no quiero probarlas, me ha comentado educadamente que prefiere buscar a otra chica con sus mismas preferencias]



[Me han llamado "mojigata" o algo similar por responder que no me atraen las prácticas de dominación]



[Me han llamado "mojigata" o algo similar por responder que no quiero abordar ese tema por chat]



23. Tras hablar brevemente con un match, o incluso antes de entrar en conversación, pierdes el interés (falta de tiempo, chequeas su perfil con más calma y no te gusta, tienes más interés por otras personas etc.), ¿te has sentido presionada por la insistencia de este contacto?



24. Si te has sentido presionada, ¿con qué conductas de las siguientes identificas que te han tratado?

[Insistencia: tratan de convencerme durante días]



[Chantaj emocional: intentan darme pena]



[Sentido del derecho: me exigen una explicación con malas formas]



[Insultos o faltas de respeto]

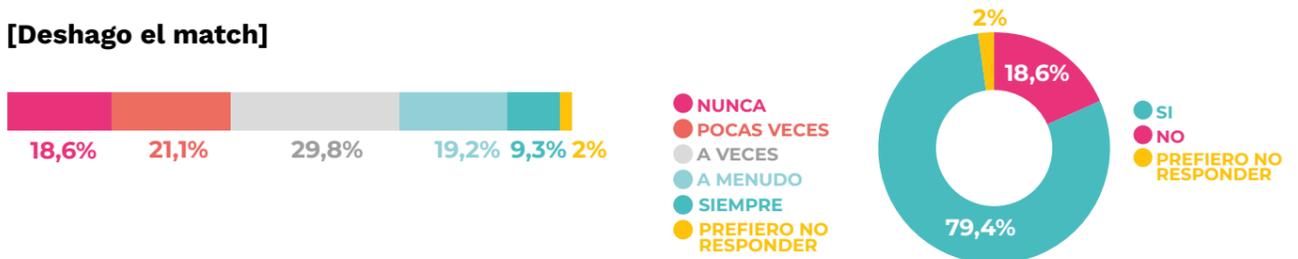


[Me han ofrecido dinero o regalos para quedar]



25. ¿Cómo reaccionas si un match con quien has hablado brevemente, o con el que nunca has hablado, no responde a tus mensajes?

[Deshago el match]



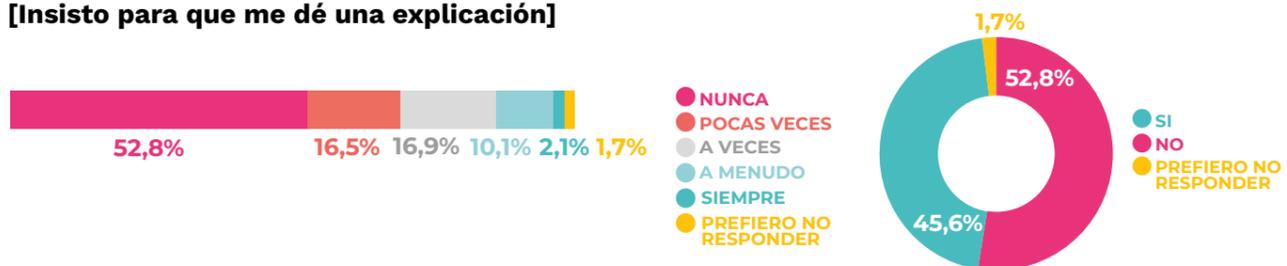
[Dejo el match en la lista por si quiere retomar el contacto]



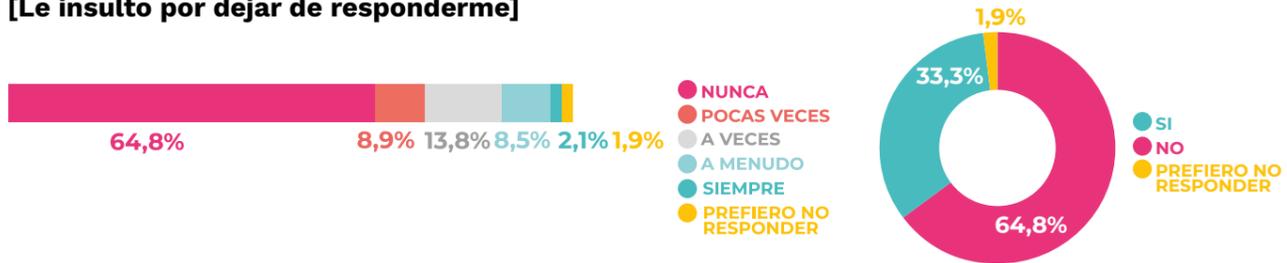
[Trato de convencerle de seguir hablando o quedar]



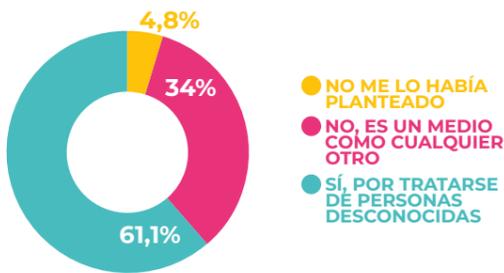
[Insisto para que me dé una explicación]



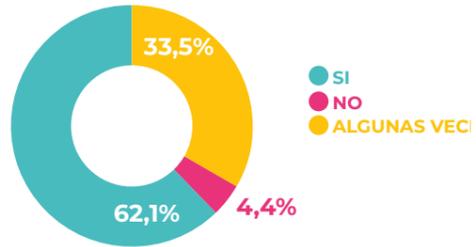
[Le insulto por dejar de responderme]



26. ¿Percibes las citas con usuarios de Tinder como un riesgo mayor a la hora de sufrir violencias que con personas que has conocido fuera de aplicaciones (estudios, trabajo, amigos de amigos, bares...)?



27. Si quedas con alguien de Tinder, ¿le dices a alguien de confianza dónde y con quién has quedado, para sentirte más segura?



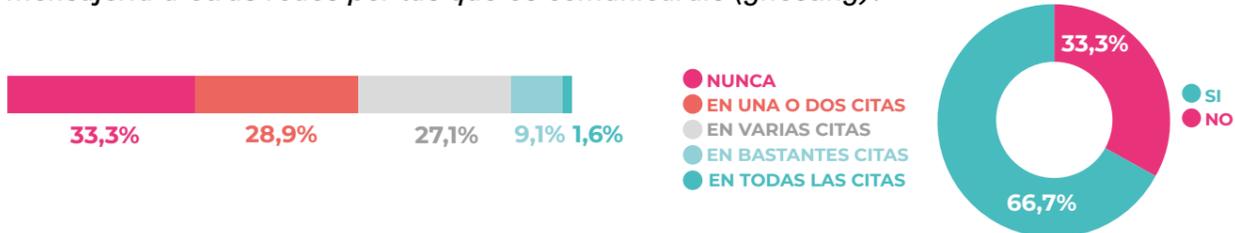
28. ¿Consideras que alguna cita te ha animado a seguir bebiendo para tener relaciones sexuales?



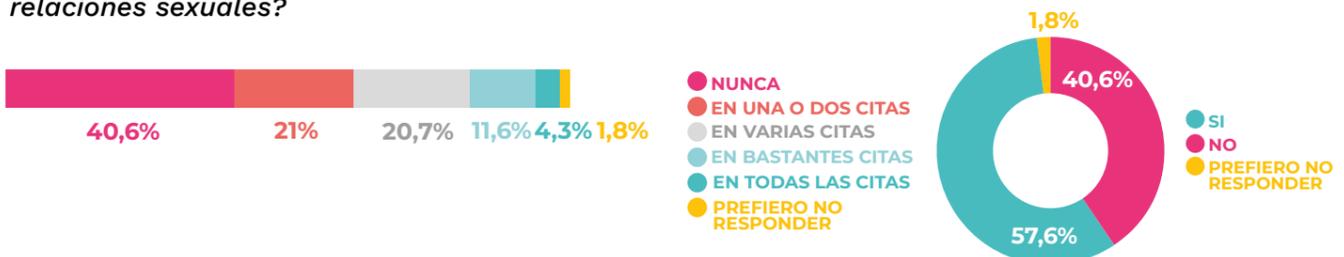
29. ¿Algún usuario ha manifestado -de forma sutil o explícita- decepción con tu físico al conocerte en persona?



30. Tras una o varias citas aparentemente satisfactorias para ambos, alguna cita ha desaparecido de la app y/o te ha dejado de responder o bloqueado en aplicaciones de mensajería u otras redes por las que os comunicarais (ghosting)?



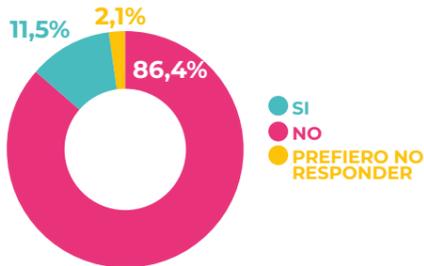
31. ¿Te has sentido presionada por alguna de tus citas a través de aplicaciones para mantener relaciones sexuales?



32. Respecto al BDSM o relaciones de dominación, ¿te has sentido presionada por tu cita para acceder a practicarlas?



33. Has sufrido algún tipo de violencia sexual en una cita de Tinder?



34. ¿Has vivido alguna de estas situaciones durante el sexo con una cita de Tinder?

[Me sentí como un objeto, le daba igual que yo disfrutara o no]



[Fue violento durante el sexo (ahogamientos, insultos, tortazos...) a pesar de que no habíamos acordado ese tipo de prácticas]



[Quise parar y se enfadó (con o sin violencia explícita)]



[Me penetró sin preservativo sin preguntarme]



35. ¿Has vivido alguna de estas situaciones durante el sexo con una cita de Tinder?

[Quise parar y me presionó para seguir]



[Se quitó el preservativo cuando no me daba cuenta]



[Me presionó para realizar prácticas que no me apetecían durante la relación]



[Le dije que alguna práctica me hacía daño y él siguió]



[Trató de grabarme o hacerme fotos sin mi consentimiento (Durante la relación, durmiendo etc.)]



[Utilizó violencia explícita para forzarme a tener una relación]



[Me emborrachó o drogó para abusar de mí]



APPS SIN VIOLENCIA BIBLIOGRAFÍA

- Alario, Mónica (2021). *Política Sexual de la Pornografía*, Ediciones Cátedra.
- Amorós, Celia (1992). *Actas del Seminario Permanente Feminismo e Ilustración*. Madrid, Instituto de Investigaciones Feministas, UCM.
- Ardèvol, E. (2005). *Catálogo de sueños las relaciones personales en Internet como producto de consumo*, Antropología de los media: X Congreso de Antropología coord. por Elisenda
- Ardévol Piera, Jorge Grau Rebollo, ISBN 84-8455-165-2, págs. 37-57, disponible en:
https://eardevol.files.wordpress.com/2008/10/catalogo_de_suenos_ardevol.pdf
- Arendt, Hanna (2005). *Sobre la violencia*. Colección Ciencias Políticas, Alianza Editorial.
- Arroyo, L. (9 de Agosto de 2019). *Tinder, Bilbao y Benidorm*, El Periódico, disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/opinion/20190809/articulo-liliana-arroyo-tinder-redes-sociales-agresiones-sexuales-bilbao-benidorm-7588428>
- Ávila Bravo-Villasante, María (2019). *La máquina reaccionaria: la lucha declarada a los feminismos*, Ed. Tirant lo Blanch.
- Bataille, George (1997). *El erotismo*, Barcelona: Tusquets Ensayo.
- BBC News (20 de febrero de 2020). *Grace Millane case: 'I went on a date with her killer after he murder'*, BBC News, disponible en: <https://www.bbc.com/news/uk-england-essex-51563388>
- Bordo, Susan (2001). *El feminismo, la cultura occidental y el cuerpo*. La Ventana, Nº 14, 8-81. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/884/88412394003.pdf>
- Brunet, José María (15 de Septiembre de 2022). *Los delitos sexuales aumentan un 34,6% en un año*, El País. Disponible en: <https://elpais.com/espana/2022-09-15/los-delitos-sexuales-aumentan-un-346-en-un-ano.html>
- Butler, Judith (2002). *Cuerpos que importan*, Barcelona; Paidós.
- Caballero-Gálvez, A., Herrero-Jiménez, B. *Representaciones de género en las redes móviles de contactos cuerpo e identidad en «Adopta un tío»*, Revista Prisma Social, Investigación en Comunicación Audiovisual y Estudios de Género, Nº Especial 2, Pás 21-56.
- Canal Libre (21 de junio de 2021). *M. desvela todas sus operaciones estéticas y retoques: "Os voy a enseñar cómo era antes"*, mtmad, disponible en: https://www.mtmad.es/libre-marina-garcia/marina-garcia-desvela-sus-operaciones-esteticas-fotos-antes-isla-tentaciones_18_3156046035.html
- Canal Blondy (29 de noviembre de 2022). *M. R. se somete a su segunda operación de pecho y muestra el resultado en exclusiva: "Ha quedado más pequeño y natural"*, mtmad, disponible en: https://www.mtmad.es/blondy-mayka-rivera/20221129/mayka-rivera-ensena-resultado-operacion-reduccion-pecho-exclusiva-isla-tentaciones_18_08096430.html
- Cobo, R. (2018). *El imaginario pornográfico como pedagogía de la prostitución*. Pornographic Imagery as a Pedagogy of Prostitution. Oñati Socio-Legal Series, 9(1S), S6-S26. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3247769
- De Miguel, Ana (2015). *Neoliberalismo sexual, el mito de la libre elección*, Madrid: Ediciones Cátedra.
- De Miguel, A. (2015 b). *La revolución sexual de los sesenta: una reflexión crítica de su deriva patriarcal en Presupuestos filosóficos e implicaciones normativas de dos discursos antagónicos sobre la prostitución: el abolicionismo y el reglamentarismo*. Investigaciones Feministas 6, 20-38 <https://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/download/51377/47657/93337>
- Díaz-Altozano, P.; Padilla-Castillo, G.; Requeijo-Rey, P. (2021). *Sexualización de niñas en redes sociales: la necesidad de inteligencia semántica en Instagram*. Investigaciones Feministas 12(1), 31-45 disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/view/69559>
- Duportail, Julie (2019). *El algoritmo del amor, viaje a las entrañas de Tinder*, Ed. Contraediciones S.L., Barcelona.

- Favaro, L., De Miguel, A (2016). *¿Pornografía feminista, pornografía antirracista y pornografía antiglobalización? Para una crítica del proceso de pornificación cultural*. Labrys, Études Féministes/Estudios Feministas, 29, disponible en: <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/23948/1/Critica%20pornificacion.pdf>
- Feminicidio.net (Redacción) (29 de diciembre de 2022). *Listado de feminicidios y otros asesinatos de mujeres cometidos por hombres en España en 2022*, Feminicidio.net, consultado el 30 de diciembre de 2022.
- Fernández, Rosa (17 de noviembre de 2022). *Panorama mundial de las redes sociales - Datos estadísticos*, statista.com disponible en: <https://es.statista.com/estudio/32777/panorama-mundial-de-las-redes-sociales-dossier-statista/>
- Fernández, Rosa (22 de noviembre de 2022). *Porcentaje de usuarios de redes sociales en España en 2022, por edad*, statista.com disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/1260093/redes-sociales-porcentaje-de-usuarios-por-edad-en-espana/>
- Foucault, Michel (2008). *Tecnologías del yo y otros textos afines*, Buenos Aires: Paidós.
- García, P. (12 de octubre de 2022), *Peligro en OnlyFans: «Tengo miedo de que la policía me arreste»*, Hipertextual, disponible en: <https://hipertextual.com/2022/10/peligro-en-onlyfans-pirateria-arrestos>
- Gill, R. (2007). *Postfeminist media culture: elements of a sensibility*. *European journal of cultural studies*, 10 (2). pp. 147-166.
- Gill, Rosalind (2008). *Culture and Subjectivity in Neoliberal and postfeminist times*, *Subjectivity*, 25, 432-445.
- Hannish, Carol (1970). *The Personal is Political, Notes from the Second Year: Women's Liberation* coord. Shulamith Firestone, Women's Liberation Movement Print Culture, disponible en: <https://repository.duke.edu/dc/wlmpc/wlmms01039>
- Harvey, L., y Gill, R. (2011). *Spicing it Up: Sexual Entrepreneurs and the Sex Inspectors*. En: *New Femininities: Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity*, editado por R. Gill y C. Scharff, 52-67. London: Palgrave.
- Iqbal, Mansoor (6 de septiembre de 2022). *Tinder Revenue and Usage Statistics (2022)*, Business of Apps, disponible en: <https://www.businessofapps.com/data/tinder-statistics/>
- Joshi, S. (14 de enero de 2021). *Qué piensan los 'sugar daddies'*, Vice, disponible en: <https://www.vice.com/es/article/7k9e3d/que-piensan-sugar-daddies>
- Koedt, Anne (1969). *Politics of the ego: a manifesto for NY Radical women (1969)*, editado por Anne Koedt, Ellen Levine y Anita Rapone, disponible en: http://feminist-reprise.org/docs/RF/POLITICS_OF_THE_EGO.pdf
- Lagarde, Marcela (2015). *Los cautiverios de las mujeres: Madresposas, monjas, putas, presas y locas*, SigloXXI Ediciones, México D.F.
- Machin, D., Thornborrow, J. (2003). *Branding and Discourse: the case of Cosmopolitan*. *Discourse and Society*14, 453-471.
- @Mariale (2022). *La rutina MILLONARIA de Kim Kardashian!! 18 pasos y MILES de DOLARES!*, Youtube disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=8jdV6ZSKux8>
- Marco, L. (13 de junio de 2022). *Juicio por la muerte de Marta Calvo, Arliene Ramos y Lady Marcela Vargas: un "feminicidio" de mujeres vulnerables*, elDiario.es, disponible en: https://www.eldiario.es/comunitat-valenciana/juicio-muerte-marta-calvo-arliene-ramos-lady-marcela-vargas-feminicidio-mujeres-vulnerables_1_9079548.html
- Martínez, M. (25 de mayo de 2021). *Cómo ser un sugar baby según usuarios de TikTok*, Vice, disponible en: <https://www.vice.com/es/article/88nqdk/como-ser-un-sugar-baby-segun-usuarios-de-tiktok>
- McRobbie, A. (2009). *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*. Thousand Oaks, CA, Sage
- McRobbie, A. (2009b). 323Investig. Fem (Rev.) 8(2) 2017: 323-335. *Post-feminismo y cultura popular: Bridget Jones y el nuevo régimen de género*, *Investigaciones Feministas*, 8(2) 2017: 323-335, disponible en: <http://dx.doi.org/10.5209/INFE.58316>
- Millett, Kate (1995). *Política Sexual*, Ediciones Cátedra.
- Mofokeng, T. (6 de abril de 2019). *Why Sex Work Is Real Work*. Teen Vogue <https://www.teenvogue.com/story/why-sex-work-is-real-work?page=3>
- @Nena (2016). *Maquillaje de ojos con párpado caído: errores y aciertos*, Youtube, disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=lF7t5x-MaJs>

Peiró, P. (3 de noviembre de 2022). *La caza de un violador que convencía a sus víctimas para quedar en la oscuridad*, El País.

Planes, J. (10 de enero de 2023). *El líder de la “manada de Castelldefels”*: “Las chicas follarán con quién yo diga”, La Razón, disponible en: <https://www.larazon.es/cataluna/20230110/yv2fxpjfbnellol3bdr3vm33ny.html>

Plaza, A, Ordaz, A (18 de julio de 2021). *La otra cara de OnlyFans: millones para el fundador y fallos constantes para las creadoras de porno*, Eldiario.es, disponible en: https://www.eldiario.es/economia/cara-onlyfans-millones-fundador-fallos-constantes-creadoras-porno_1_8142407.html

Puleo, Alicia (1999). *Dialéctica de la sexualidad*, Cátedra, Madrid.

Puleo, Alicia (2005). *Lo personal es político: el surgimiento del feminismo radical en Teoría feminista*, coord. por Ana de Miguel Álvarez, Celia Amorós Puente, Vol. 2, (Del feminismo liberal a la posmodernidad), ISBN 84-88123-54-X, págs. 35-68

Puleo, Alicia, (2013). *El reto de la igualdad de género*, Ed. Biblioteca Nueva (edición digital), Madrid.

Puleo, Alicia (2015). *Ese oscuro objeto del deseo: cuerpo y violencia*, Investigaciones Feministas 6, 122-138 http://dx.doi.org/10.5209/rev_INFE.2015.v6.51383

@Romee Strijd (2019). *Model Morning Routine | Breakfast, Skincare, Hair*, Youtube disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=1GOHZMRobZc>

Radner, H. (1999). *Queering the Girl*. En Hilary Radner & Moya Luckett (Eds.) *Swinging Single. Representing Sexuality in the 1960s* (pp. 1-38). Minneapolis: University of Minnesota Press.

Rodríguez, S. (20 de mayo de 2018). *Amelia Tiganus: “A una puta se la fabrica destruyendo su humanidad”*, Diario Público, disponible en: <https://www.publico.es/sociedad/trata-mujeres-amelia-tiganus-supervivientes-trata-combatientes-seguimos-luchando.html>

Rubin, Gayle (1989). *Reflexionando sobre el sexo: Notas para una teoría radical de la sexualidad*. En Carole Vance (Coord.) *Placer y peligro: explorando la sexualidad femenina* (113-204). Madrid: Talasa Ediciones.

Federación Mujeres Jóvenes (2020). *Informe Noches seguras para todas*, Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, Depósito Legal: M-12121-2020

Sambade, Iván (2019). *Masculinidades y transformación social: un análisis crítico de las políticas queer en la interpretación de Judith Butler*, Encrucijadas, Revista Crítica de Ciencias Sociales 17, a1708. Recuperado a partir de <https://recyt.fecyt.es/index.php/encrucijadas/article/view/79189>

The Social Media Family (2021). *VI Informe del uso de las redes sociales en España*. Disponible en: <https://thesocialmediafamily.com/informe-redes-sociales/> (Consultado el 15 de noviembre de 2021)

Smith, T., Airs, K. (20 de diciembre de 2022). *Eerie Tinder profile of accused dating app killer is exposed: How suspect portrayed himself as a hardworking tradie, adventurer and dog lover - as cops are locked in standoff with fugitive*, Daily Mail, disponible en: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-11556761/Cranebrook-Ashley-Gaddie-Inside-Tinder-profile-accused-dating-app-killer.html>

Titheradge, N. (27 de octubre de 2022). *Young children exploited on OnlyFans, says US agent*, BBC, disponible en: <https://www.bbc.com/news/uk-63249018>

@VanessaTiiu (2022). *The Ultimate Guide to Being “THAT Girl”*, Youtube, disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=G8Fq1rL2nm0>

WikiHow (27 de agosto de 2022). *How to be that girl*, WikiHow, disponible en: <https://www.wikihow.com/Be-%22That-Girl%22>

Wolf, Naomi (2015). *The Myth of Beauty*, Vintage Books, London.

AGRADECIMIENTOS

Este estudio no hubiera sido posible sin la colaboración de las mujeres jóvenes quienes, a partir de su participación en la encuesta, han compartido sus experiencias en las aplicaciones de citas lo que nos ha permitido acercarnos a la realidad de la violencia sexual en estos espacios digitales, ampliando así el conocimiento en torno a esta problemática social.

Dar las gracias también a Ana de Miguel Álvarez, Eva Palomo Cermeño, Isabel Tajahuerce Ángel, y a Lorenzo Escot Mangas, quienes, comprometidas con la investigación feminista, han posibilitado la conformación del equipo investigador.

Agradecer igualmente su participación en el estudio a Aroa Padrino y Martin Tatar, así como a las cuentas de @delvermut (Twitter) y lahogueradetinder (Instagram) por sus contribuciones en esta investigación y su trabajo diario por la seguridad de las mujeres en las redes sociales.



JÓVENES HOY Y FEMINISTAS SIEMPRE

Federación Mujeres Jóvenes (FMJ), es una entidad feminista y juvenil, que comenzó su trayectoria en 1986 para canalizar la inquietud de un grupo de mujeres jóvenes que tenían la intención de visibilizar su realidad y reclamar sus derechos. El día 29 de junio de 2018 Federación Mujeres Jóvenes es declarada de utilidad pública por el Ministerio del Interior, reconociéndose así nuestra labor y la realización de actividades de interés general.

FMJ tiene su sede en Madrid y está conformada por distintas asociaciones de mujeres jóvenes, de entre 18 y 30 años, en distintas CCAA: Principado de Asturias, Extremadura, Euskadi, Islas Canarias, Madrid, Andalucía y País Valencià. Además, su presencia en diferentes redes y plataformas, y el trabajo desempeñado por la Federación, a través de sus múltiples proyectos, hace que la labor de la entidad se extienda por todo el territorio español y a nivel internacional.

Nuestras líneas de trabajo están centradas en la prevención, sensibilización, investigación, formación e incidencia política para la consecución de la igualdad de género y la erradicación de las diferentes formas de violencia machista, y nuestras áreas de actuación son diversas: empleo, emancipación, salud, violencia contra las mujeres en cualquiera de sus formas, fomento de la igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres, participación social y política, asociacionismo juvenil, empoderamiento, coeducación, educación afectivo-sexual, políticas de igualdad, brecha digital de género, etc. Nuestra meta es promover el cambio de las estructuras sociales, económicas y culturales para lograr la igualdad de género y una sociedad libre de violencias contra las mujeres.



