

## ***PRÁCTICAS JUVENILES ÉXTIMAS: SEXTING Y VLOGGING*** [<sup>1</sup>]

### ***EXTIMACY YOUTH PRACTICES: SEXTING AND VLOGGING***

**María Evangelina Narvaja y José Luis De Piero**

*INVELEC (CONICET-UNT)*

**Recibido:** 14/01/2016 - **Aceptado:** 18/02/2016

**Formato de citación:** Narvaja, M.E. y De Piero, J.L. (2016). “Prácticas juveniles éxtimas: sexting y vlogging”. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69, 239-270, <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/narvaja.pdf>

#### **Resumen**

Las formas de presentar la propia identidad se han transformado con la aparición de los nuevos medios. Lo que pertenecía al ámbito privado y personal ahora se mezcla con lo que se solía entender como el espacio público. Este fenómeno que se conoce como *extimidad* (Sibilia, 2008) sirve de herramienta teórica para el análisis de prácticas juveniles en la red a partir de casos en los que se observa la presentación de subjetividades alterdirigidas y exteriorizadas. En este trabajo se considerarán dos en particular: el *sexting* y el *vlogging*. Se presenta un análisis de caso de tipo exploratorio, en el que se revisan categorías que pueden dar cuenta de grados de *extimidad*. Finalmente, se pone de manifiesto la necesidad de estudios que profundicen en las nuevas formas que presenta la gestión de la identidad/intimidad entre las y los jóvenes.

#### **Palabras clave**

*Extimidad, prácticas juveniles, sexting, vlogging.*

<sup>1</sup> El presente trabajo se desarrolla en el marco del proyecto CIUNT “Prácticas discursivas en diversos contextos presentes y pasados: Español Lengua Extranjera (ELE), ciberespacio, medios de comunicación y otros”.

## **Abstract**

*New media has transformed the ways in which self-identity is shown. What formerly belonged to privacy and personal aspects of life now has blurred frames with what is considered public. This phenomenon is known as “extimacy” (Sibilia, 2008) and works as a proper theoretical tool for the analysis of youth practices that take place on the internet when it is observed the presentation of selves alter-directed and exteriorized. In this paper, in particular, it will be considered two of them: sexting and vlogging. Also, it is shown an exploratory case analysis where categories of extimacy are reviewed. Finally, the need of studies that deepen in new forms of Self-Identity among youth people is stated.*

## **Keywords**

*Extimacy, youth practices, sexting, vlogging.*

## **1. INTRODUCCIÓN**

Dentro de las prácticas discursivas en el ciberespacio y con relación a los estudios en juventudes nos interesó indagar en dos fenómenos: por una parte, el *sexting* entre jóvenes que dotó de visibilidad mediática a una práctica bastante antigua y extendida entre usuarios de dispositivos móviles. Y, por otra parte, la práctica conocida como *vlogging*, que consiste en montar narraciones audiovisuales de identidad en Internet y ponerlas a disposición de cualquier visitante.

Ambos casos hacen referencia a prácticas discursivas que podrían acarrear ciertos riesgos y que ponen de manifiesto formas y estilos de vida en esferas cada vez más amplias de influencia, al mismo tiempo que los ubica en el centro de atención de diferentes comunidades. En este sentido, nos situamos ante lo que coincidimos en nombrar con Sibilia (2008: 32) como un “verdadero festival de ‘vidas privadas’, que se ofrecen impudicamente ante los ojos del mundo entero”.

Este trabajo tiene como objetivos interpelar las definiciones importadas de otros contextos culturales y repensar estas prácticas discursivas a la luz del concepto de

*extimidad* (Sibilia, 2008). Se plantean como objetivos principales, por un lado, explorar en mayor profundidad la práctica de la exposición de la expresión sexual digital, por otro lado, analizar las formas de la exposición de la intimidad en casos de narraciones autobiográficas audiovisuales como son los videoblogs de YouTube. Finalmente, se desarrolla un procedimiento para el análisis de estos fenómenos en redes sociales para casos ulteriores.

## 2. RASGOS ESENCIALES DE LA EXTIMIDAD

El término “extimidad” fue acuñado desde el psicoanálisis por Lacan en 1958 (Tello, 2013: 207), pero con el advenimiento del nuevo siglo el concepto fue retomado por la antropología para dar cuenta de un fenómeno contemporáneo que “consiste en exponer la propia intimidad en las vitrinas globales de la red” (Sibilia, 2008: 16). En el siglo XIX se disolvió la frontera entre el espacio privado –conquista de la burguesía en los siglos anteriores– y el espacio público. Se experimentó un cambio sustancial en la construcción de las subjetividades que, de un proceso de meditación introspectiva e introdirigida, se desplaza hacia la constitución de subjetividades alterdirigidas y exteriorizadas, donde emerge un yo más superficial y flexible que se ostenta en las pantallas (Sibilia, 2008).

Si bien parece ser una tendencia propia de la juventud, marcada por el estreno de *The Truman Show* (1998) y el éxito de formatos de reality shows televisivos como *Gran Hermano*, la proliferación de redes sociales virtuales y la ampliación al acceso de dispositivos móviles que facilitan la hiperconexión, el desarrollo, entre otros acontecimientos de la web 2.0 que modificaron el perfil de usuarios de consumidores a *prosumidores*, no podemos decir que sean exclusivamente los jóvenes quienes exponen su intimidad en las redes para ser alguien. Asimismo, el fenómeno de la *extimidad* no se limita a las conductas de exhibición de lo más íntimo, sino también al deseo o la necesidad de que aquello genere reconocimiento y popularidad. Es decir, “las nuevas prácticas expresan un deseo de desbordar la propia intimidad, ganas de exhibirse y hablar de sí mismo para que todo el mundo vea y sepa ‘quién soy yo’” (Sibilia, 2009: 318), y, si fuera posible, “pasar del anonimato a la celebridad mediática” (Lipovetsky & Serroy, 2007: 231). En definitiva, si se desarrollan plataformas para esto, es porque

también existen aquellos que buscan satisfacer su “avidez por curiosear y consumir vidas ajenas” (Sibilia, 2009: 318).

De este modo, se busca crear un relato que pretende satisfacer las necesidades de “lo real” y, al mismo tiempo, generar en la audiencia un efecto de transparencia entre lo dicho y lo que se supone que es real, creando así la ilusión de estar ante una obra autobiográfica y no ante una obra de ficción. Así la audiencia puede creer que “el autor, el narrador y el personaje principal de un relato son la misma persona” (Sibilia, 2008: 37). Es decir, los sujetos utilizan todos los recursos que tienen a mano y administran las estrategias con las que cuentan para el armado de sus propias narrativas personales, para ficciones de realidad. Esta ilusión, no obstante, se completa con las voces de los otros que la atraviesan.

Cabe señalar que esto no encuentra correlato en tradiciones antiguas, y se nos ofrece como un fenómeno de la postmodernidad. Mientras que para la burguesía de los siglos XVII y XVIII era necesario el resguardo de la intimidad personal, en un cuarto privado separado por sólidos muros, para constituirse en sujeto y producir su propia subjetividad, en el siglo XXI, los perfiles en redes sociales como Facebook o Youtube, nos muestran que, aunque el relato de sí mismo que se hace a través de una plataforma virtual –en esencia como una plaza pública o la calle principal de un pueblo–, también puede ser una práctica solitaria e íntima que se instala en el terreno de lo público, de la exposición total (Sibilia, 2008).

Para poder analizar algunas categorías de la *extimidad* en el ciberespacio consideramos como primer antecedente un trabajo de Bowman (2010) quien retoma la propuesta de Goffman (1959). Éste, desde el planteo de una metáfora teatral de la comunicación, indica que existen ciertos elementos que pertenecen a lo que él denomina “trasfondo escénico”, que involucra ciertas actitudes, comportamientos o marcas propias de la intimidad de la persona no esperables de encontrarse en actuaciones públicas. Los elementos propuestos por Goffman (1959) son:

“(…) llamarse recíprocamente por el nombre de pila, la cooperación por las decisiones por tomar, blasfemias,

observaciones desembozadas sobre temas sexuales, quejas elaboradas, fumar, vestimenta tosca e informal, adopción de posturas descuidadas para sentarse o pararse, empleo de dialectos o lenguaje no convencional, cuchicheos y gritos, agresividad chistosa y bromas, desconsideración hacia el otro (expresada en actos menores, pero potencialmente simbólicos), actividades físicas individuales bajas, como tararear, silbar, masticar, mordisquear, eructos y flatulencias” (p. 128) [2].

A partir de estos rasgos proponemos una adaptación, teniendo en cuenta que las épocas son diferentes y que varios de estos elementos, normalmente pensados como de trasfondo escénico, hoy están más naturalizados en las conversaciones. Además, es necesario tener en cuenta que los nuevos medios imponen nuevas formas de comunicación caracterizada por nuevos modos comunicativos, velocidades aceleradas, o intervenciones más breves, entre otras.

Los rasgos de *extimidad* que proponemos son los siguientes:

- uso de nombre de pila,
- faltas de respeto a algún interlocutor,
- expresiones abiertas sobre sexualidad,
- exhibición del cuerpo,
- consumo de bebidas alcohólicas u otras sustancias (o mención explícita de su consumo),
- descuido en las posturas,
- empleo de lexemas considerados socialmente descorteses,
- uso de formas lingüísticas que inviten al espectador a la familiaridad,
- gritos, maldiciones y agresiones verbales,
- burlas o bromas,

---

<sup>2</sup> La cita es una traducción propia del original del autor. “The backstage language consists of reciprocal first-naming, co-operative decision-making, profanity, open sexual remarks, elaborate gripping, smoking, rough informal dress, 'sloppy' sitting and standing posture, use of dialect or sub-standard speech, mumbling and shouting, playful aggressivity and 'kidding,' inconsiderateness for the other in minor but potentially symbolic acts, minor physical self-involvements such as humming, whistling, chewing, nibbling, belching, and flatulence” (Goffman, 1959: 128).

- actividades físicas bajas, tales como eructos, flatulencias, masticaciones, etc.,
- exhibición de escenarios, espacio y situaciones de la vida cotidiana familiar o íntima tales como partes de la casa reservadas a la intimidad (baño, cocina, dormitorio), o como diálogos con miembros de la familia no editados.

A continuación, presentamos una sucinta caracterización de las prácticas discursivas que analizaremos a la luz de estos rasgos.

## 2.1. SEXTING

El *sexting*, fenómeno nombrado y descrito por primera vez en el año 2005 en el Reino Unido, implica la exposición de la propia expresión sexual a través de medios digitales. Para este trabajo seguimos la definición propuesta por Agustina (2010) quien lo define, en línea con McLaughlin(2010), como:

“(...) aquellas conductas o prácticas consistentes en la producción, por cualquier medio, de imágenes digitales en las que aparezcan personas de forma desnuda o semidesnuda, y en su transmisión ya sea a través de telefonía móvil o correo electrónico, o mediante su puesta a disposición de terceros a través de Internet (por ejemplo, subiendo fotografías o vídeos en páginas como Facebook o Myspace) (...) incluyendo el intercambio de mensajes de texto con contenido sexual explícitamente provocativos, siempre que se pueda deducir de ellos una clara intencionalidad provocativa de acuerdo con los usos sociales” (Agustina, 2010: 5).

El contexto en el que se suele estudiar esta práctica manifiesta la naturaleza privada en el momento de la creación y el envío del contenido multimedia. Con esto el intercambio se realiza dentro de un marco supuesto de confianza y privacidad. Sin embargo, nos encontramos con la posibilidad de que ese material –cuya producción fue consentida y es de naturaleza privada y casera– pueda ser difundido a otros sin el consentimiento del primer emisor. En este sentido, el mayor porcentaje de envíos de mensaje de sugerencia

sexual se realiza a través del email, la mensajería instantánea y los mensajes de texto, etc., mientras que el porcentaje de publicación de este material en Facebook o Twitter disminuye a menos del 10% (Balardini, 2009; Drouin *et al*, 2013; Fleschler Peskin *et al*, 2013).

A partir del análisis de discursos periodísticos en torno a este fenómeno en medios digitales, se han hallado indicios de:

“uma prática sociocultural, que está vinculada à sociedade do espetáculo, já que o sexting é entendido como uma prática em que os sujeitos usam suas imagens (eróticas, sexuais e sensuais) para a conquista de visibilidade e da espetacularização do eu” (Da Conceição Barros *et al*, 2014: 211).

Asimismo, otros estudios relevantes que abordaron como objeto de investigación las *selfies* de tipo sexual publicadas en redes sociales observaron el fenómeno de desdibujamiento de la frontera entre lo público y lo privado y la capacidad de las imágenes de convertirse en un instrumento de “autopornificación” o “autocosificación” (Lasen, 2012; Martínez Andrade *et al*, 2011).

## 2.2. VLOGGING

Por su parte, el *vlog* es uno de los dos géneros principales que han nacido y se han desarrollado desde y para YouTube (Burgess, 2011). El término fue acuñado en 2002 para indicar originalmente una entrada en vídeo subida a un blog tradicional. En la actualidad, el término se emplea para una gran variedad de vídeos donde los usuarios hablan de distintos temas bien a la manera de un diario personal, bien a la manera de una recopilación de narraciones cotidianas o bien como indultos al narcisismo (Griffith & Papacharisi, 2008).

Estos vídeos son pensados desde su concepción para ser publicados y vistos por todo el público, por lo tanto, muestran algún tipo de edición y de premeditación sobre el contenido, el escenario y la presentación del enunciador. Es poco frecuente, aunque no

imposible, encontrar enunciadores con un aspecto descuidado en los vídeos. Sin embargo, como veremos, hay elementos de la cotidianeidad que “se filtran” o se combinan, quizás de manera voluntaria, en los vídeos. Estas elecciones son las que nos permitirán, más adelante, considerar estas prácticas como enunciaciones desde la intimidad en espacios públicos, o enunciaciones éxtimas.

Otro estudio digno de mención es el trabajo realizado por Bowman (2010), donde se plantea un análisis de las tradicionales categorías mencionadas por Goffman (1959) en vídeos de YouTube. En dicho trabajo se seleccionó una muestra de filmaciones realizadas por usuarios sobre situaciones de la vida cotidiana, en su mayoría, sin consentimiento de los actores participantes. Si bien dicho trabajo integra un corpus que no puede ser considerado *vlog* según lo definimos, es un primer intento de pensar categorías para el análisis de las situaciones comunicativas que se producen en las redes sociales, en general, y en YouTube, en particular.

### **3. METODOLOGÍA**

El estudio de caso, pese a sus limitaciones, nos permite indagar en campos que aún no han sido explorados en profundidad. A través del caso buscamos examinar cómo y por qué se realizan prácticas éxtimas tales como la exhibición de la propia sexualidad o la exposición de la vida cotidiana privada e íntima en narraciones audiovisuales. Asimismo, este tipo de estudio permite abordar determinados aspectos que no están contenidos en la teoría existente, explorando en forma más profunda para obtener un conocimiento más amplio sobre los fenómenos.

#### **3.1. INSTRUMENTOS DE ANÁLISIS**

Se procedió a un análisis de contenido discursivo, para lo cual se construyó una matriz de recolección de datos considerando los siguientes aspectos:

- Información personal/historia en Internet/presencia o residencia digital.
- Amistades/contactos/seguidores.



- Análisis de contenido (tipo y frecuencia de los contenidos, existencia de rasgos de *extimidad*).
- Fotos/vídeos: cantidad de álbumes o de vídeos subidos, frecuencia de publicación, si interactúan con terceros, si la producción es casera, amateur, artística o profesional.
- Además, para el caso de sexting se analizaron comentarios recibidos.

Cabe destacar que los rasgos de *extimidad* son considerados a partir de la adaptación a las propuestas por Goffman (1959) tomando en cuenta los elementos del “trasfondo escénico”.

### **3.2. PROCEDIMIENTO**

Respecto al *sexting*, se contactó con la informante a través de un mensaje privado en la red social Facebook y se solicitó concretar una primera entrevista. A través de un consentimiento informado, se accedió al perfil y se realizó un análisis de contenido mediante la observación del mismo, según una matriz de recolección de datos diseñada.

Para el *vlogging*, se seleccionó un caso de relevancia en Argentina considerado a partir de la cantidad de seguidores que cuenta el usuario y se eligieron producciones significativas por el alto contenido autobiográfico. El contenido en YouTube, a diferencia del de Facebook, es de libre acceso al público, por ello no se consideró necesario obtener un consentimiento informado por parte del autor.

## **4. ESTUDIO DE CASOS**

### **4.1. EL SEXTING Y LA CULTURA DE LA EXTIMIDAD**

El perfil analizado pertenece a una mujer de 27 años de edad, que vive en la capital Tucumana y es estudiante de Psicología. Su muro de Facebook es público, es decir que se pueden ver sus publicaciones y los comentarios que realizan otras personas a las mismas. También es posible acceder a la información personal general y a algunos álbumes de fotos como el de perfil, de portada, álbum de fotos subidas con el móvil y

fotos de la biografía. Sin embargo, no podemos acceder a las etiquetas que otras personas hacen en su muro con comentarios de texto o con fotografías.

Entre la información que no ofrece en su perfil se encuentran datos personales como: teléfono, dirección, correo electrónico y la situación sentimental. Tampoco es posible determinar la cantidad de “amigos” y la proporción de hombres y mujeres porque es una información que no está disponible, tal como se observa en la Tabla 1.

**Tabla 1 . Información personal publicada en Facebook**

<b>Información general</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>
Información básica y de contacto	Nombre completo	X	
	Sexo	X	
	Fecha de nacimiento completa	X	
	Mail		X
	Teléfono		X
	Dirección		X
	Interés	Hombres	
Creencia religiosa	Psicología		
Trabajo y formación académica	Trabajo y formación académica	X	
Lugares en los que ha vivido	Lugares en los que ha vivido	X	
Familia y relaciones	Estado sentimental		X
	Familiares	X	
Detalles sobre Eleo	Detalles sobre...	X	
Acontecimientos importantes	Acontecimientos importantes	X	
Adhesión a grupos y “páginas de fans”		Información no disponible	
Amigos/contactos		Información no disponible	

*Fuente: Elaboración propia*

Se han encontrado más de treinta álbumes y alrededor de doscientas fotografías en la categoría “Fotos de perfil” desde julio de 2011. Las imágenes muestran a la dueña del perfil en solitario, aunque en algunas ocasiones aparece retratada en compañía de otras personas. En su mayoría fueron tomadas en un entorno doméstico, aunque también se pueden observar algunas que parecen haber sido tomadas por un fotógrafo profesional y

en otro tipo de ambiente para lo que podría ser una campaña publicitaria de ropa interior. Llama la atención aquí que se observan muy pocas autofotos o *selfies*.

Como sucede con otras personas, la dueña del perfil captura en fotografías diferentes momentos de su vida: cuando se despierta, cuando toma sol, cuando estudia, cuando está enferma, cuando toma medicamentos, cuando se prepara para salir, cuando está en fiestas familiares o con amigos. Sin embargo, a diferencia de otras personas, en reiteradas oportunidades se ha fotografiado de forma semidesnuda, tanto en traje de baño como en ropa interior y ha subido este material a redes sociales como Facebook o Instagram (Tabla 2). Cabe considerar que no etiqueta a otras personas en esas fotos.

**Tabla 2. Presencia de fotos tipo sexting en Facebook**

<b>Tipos de fotos</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Con claro contenido sexual: masturbación o coito explícitos		X
Con contenido sexual sugerido: provocativas	X	
Fotos completamente desnuda		X
Fotos semidesnuda en ropa interior	X	
Fotos semidesnuda en traje de baño	X	
Fotos semidesnuda con una sola prenda	X	

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 3. Presencia de mensajes verbales tipo sexting en Facebook**

<b>Mensajes verbales</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
Publica mensajes escritos sexualmente sugerentes en su muro		X
Recibe mensajes escritos de sugerencia sexual de otra persona en su muro		X
Recibe mensajes escritos sexualmente sugerentes de alguien como comentario a sus publicaciones de estado		X
Recibe mensajes escritos sexualmente sugerentes de alguien en el comentario a sus fotos	X	
Recibe mensajes escritos sexualmente sugerentes como comentario a sus publicaciones	X	

*Fuente: Elaboración propia*

Como queda reflejado en la Tabla 3, no se observan publicaciones propias ni ajenas de mensajes de sugerencia sexual en su muro de Facebook. Sin embargo, en respuesta a la

publicación de fotografías de contenido sexual ha recibido comentarios a sus fotos o mensajes privados explícitamente provocativos, como lo demuestra el siguiente comentario:

“Si, por privado hay gente q es realmente insuperable, hasta sucia podría decirte. Alguna vez voy a hacer un colage con lis mensajes más chistosos e increíbles de los MP jajajaja. Así quemó a un par de desubicados!” (Ej. 07/03/2014).

Los elementos mencionados nos permiten indicar que nos encontramos con una *sexter*, es decir, una persona que expone algunos aspectos de su expresión sexual a través de medios digitales. A partir de una análisis de los álbumes, se puede apreciar que la exhibición de lo íntimo parte del escenario en el que se toman las fotografías. En muchas de ellas se observa un espacio privado dentro del hogar familiar: la habitación, la cocina, el living, el baño, un pasillo o el patio posterior de la vivienda.

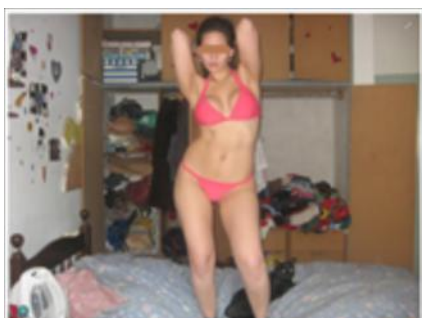


Imagen 1. Fuente: Álbum “Biografía de Facebook”. 2 de septiembre de 2011



Imagen 3. Fuente: Álbum “Subidas con el móvil”. 29 de junio de 2014



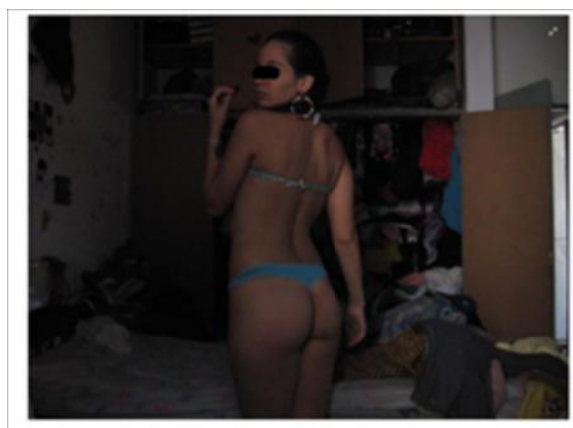
Imagen 2. Fuente: Álbum “Fotos de perfil”. 3 de septiembre de 2011



Imagen 4. Fuente: Álbum “Instagram”. 29 de enero de 2015

En la imagen 5, el escenario en el que se desarrolla la escena fotografiada podría delimitarse como el espacio más privado dentro de una vivienda familiar: el dormitorio. Una habitación juvenil con pegatinas en las paredes, corazones en las puertas del armario, la cama de una plaza sin tender y un guardarropa a puertas abiertas, conforman la escenografía. Sin embargo, el descuido que domina en la escena no se corresponde con la estética que presenta la protagonista: su figura esbelta y atlética, el peinado, los accesorios y la pose fotográfica contrastan con el desorden de la escena.

Desde el punto de vista de la caracterización fotográfica, se puede mencionar que la misma tiene un encuadre horizontal, se reconoce como un plano americano porque toma al sujeto desde las rodillas hacia arriba, la protagonista ocupa exactamente el centro de la escena, dando la espalda al “público”. La fotografía ha sido tomada desde un ángulo frontal. Esto sugiere la implicación de la audiencia, es decir, que la composición de la imagen permite disminuir la distancia entre el espectador y el objeto (de deseo), que se construye como algo perfectamente alcanzable, como una invitación a participar del realismo de la vida cotidiana.



*Imagen 5. Fuente: Álbum “Veranito”.  
19 de enero de 2012*

Tanto el entorno como los elementos mencionados en correlación con la caracterización fotográfica se repetirán en otras imágenes, constituyendo casi una serie. De este modo, el entorno comienza a jugar un papel importante en la construcción de los sentidos de la escena.

Usualmente, los receptores de una imagen pueden establecer una distinción entre el elemento que protagoniza la imagen y el entorno que funciona como marco. El elemento central es el que capta la mayor atención, porque, en contraste con su fondo, aparece bien definido y en primer plano y el medio se percibe como vago y falto de nitidez. En el caso de algunas de las fotografías que analizamos el entorno parece ocupar también un papel protagónico, aunque la diferencia esté clara, los receptores se ven motivados a referirse al entorno.

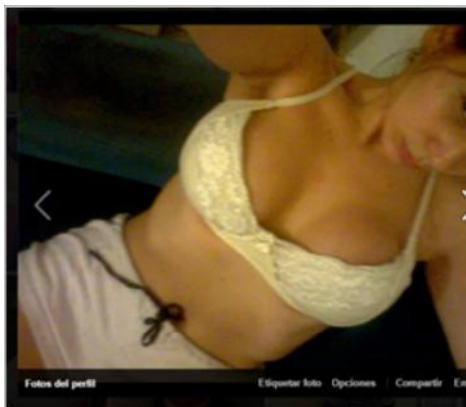
“- Q tranqui q me pone saber q no soy el único q con el guardarropas hecho una bola!!! Jajajaja  
- eeeee....!!!!!! quieres que te ayude acomodar tu cuarto ;P jiji diosa” (Ej. 19/01/2012).

Tal vez no resulte tan sorprendente que alguien satisfecho con su imagen corporal desee mostrarse para recibir halagos de otras personas. Pero, ¿por qué mostrar el desorden y la carencia?

A través de la exposición del cuerpo, de algunos aspectos de la sexualidad y de la exhibición de lo que se considera más íntimo, la protagonista del *sexting* promueve el “mírame” para generar la interacción con sus contactos, “amigos de Facebook” o “seguidores”. Así se hace visible el desplazamiento de una subjetividad interiorizada hacia la constitución de una subjetividad exteriorizada y alterdirigida. En este sentido, la práctica se construye a partir de un “mírame” y “muéstrame”, la *sexter* se construye y se ofrece a sí misma como “como sujeto de deseo y objeto de espectáculo a la mirada colectiva” (Gubern, 2000: 175).

A este respecto, las imágenes evidencian la aspiración de despertar interés y reconocimiento en la “audiencia”. Lo que genera interés entre los contactos de este perfil es la exposición del cuerpo semidesnudo, y por ello las fotografías muestran un cuerpo, pero fundamentalmente partes de él: senos y glúteos. En palabras de Gubern, se crea “una jerarquía erótica de las partes del todo, es decir, entronizando la sinécdoque

*pars pro toto*” (2000: 174). Así lo muestra el enfoque del objetivo de la cámara y la mirada de los receptores (imág. 6 y 7).



*Imagen 6. Fuente: Álbum “Fotos de perfil”.  
24 de octubre de 2014*

“- 95?

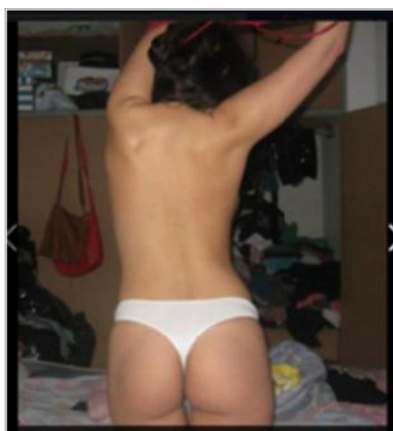
- Un poquito mas

- por lo menos a la quiniela le pego...

- Jajaja

- y si yo le digo q es 115

- naaa, para, que soy pamelaa anderson? No solo queda horrible, sino es ordinarisimo! Tengo una espaldita pequeña para semejante cantidad!” (Ej. 24/10/2014).



*Imagen 7. Fuente: Álbum “Fotos de perfil”.  
17 de mayo de 2012*

Los comentarios expresan la dinámica de ida y vuelta que caracteriza al fenómeno de la *extimidad*, que no se limita a la exhibición, sino también a satisfacer el deseo de otros de consumir vidas ajenas. Con una gran mayoría de interlocutores hombres –aunque también se observa la participación de mujeres–, las *sexters* parecen efectuar apuestas de exhibición que tienden a superarse a medida que más espectadores tienen y que se manifiesta en la cantidad de “me gusta” que reciben las fotos.

“- me muero con cada foto que pones!!! Soy tu fan N° 1 :P  
 - cada vez están mejores tus fotos, muy sexy amiga, espero poder seguir disfrutando de tu belleza, besos” (Ej. 17/05/2012).

Al respecto, entendemos que alguien que busca cautivar las miradas de los otros para “valorizar su imagen y posicionar la marca de su yo en el competitivo mercado de las apariencias” (Sibilia, 2009: 328), necesita encontrar la fortaleza de su producto. La sexualidad se convierte así en una mercancía, y es a través de ella que los *sexters* pueden ganar visibilidad, en la medida en que “en la era mediática el voyeurismo se ha potenciado con los soportes de la información” (Gubern, 2000: 175). Por su parte, los receptores de las fotos asumen el contenido sexual, e incluso, cuando casos consideran que no es apropiado, lo denuncian (imagen 8); o en el otro extremo, lo difunden a través de perfiles falsos (imagen 9).



Imagen 8. Fuente: Álbum “Fotos subidas con el móvil”. 16 de junio de 2015

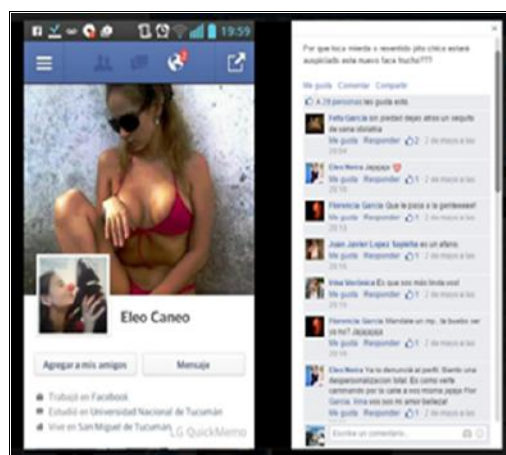


Imagen 9. Fuente: Álbum “Fotos subidas con el móvil”. 2 de mayo de 2015



En otras oportunidades, el contenido sexual de las imágenes es discutido por la protagonista y los receptores. Allí se manifiesta la idea de que tanto los productores como los lectores tienen poder en relación con los textos (Kress & Van Leeuwen, 1996). Esto pasa con la negociación de significados entre la *sexter* y sus seguidores, ella no está de acuerdo con la interpretación que algunos hombres hacen de sus fotos.

“- Jajajaja. Hay cosas q sencillamente no soporto y creo q ya está más q claro por lo menos para todos mis contactos y una es creer tan estúpidamente q es algo positivo tomar como un pedazo de carne a la mujer como se toma en esas revistas de mierda y de hecho al hombre tmb lo toma como un ser primitivo e irracional q sólo actúa por instintos básicos y q tantos años de evolución no le sirvieron de nada ante un par de tetas. No creo querido q sea positivo en ningún sentido ni para ningún sexo la pelotudez q dijiste como 'piropo'” (Ej. 10/05/2015).

Las publicaciones fotográficas de esta *sexter* se han ido modificando y en la actualidad parecen ser menos explícitas, adquieren una postura más sexy en la que se sugiere más de lo que se muestra, con la finalidad de provocar deseo sexual en el otro.



Imagen 10. Fuente: álbum Instagram. 29 de agosto de 2015

- “- Sos genial fabricando ratones flaca!!! Jaja un 10 idola! Te daría un abrazo de corazón!
- Chan! Ratones? No se ve absolutamente nada. Vos te bañas vestido?
- Por eso, porq no se ve... Es q alguien se puede imaginar.
- Ay Dios! Jajaja!
- No me des bola... es la macoña, salu!” (Ej. 29/08/2015).

En síntesis, podemos decir que en este perfil se encuentran los siguientes elementos propios de la intimidad de la persona que, sin embargo, se hacen públicas:

- En todos los casos, esta mujer es tratada por la apócope de su nombre de pila por los contactos con los que mantiene una relación real. El resto de los “amigos” de Facebook la tratan con adjetivos calificativos tales como: “diosa”, “diosón”, “hermosa”, “linda”, “mamila”, “chiquita”, entre otros.
- En relación con la exhibición del cuerpo, hemos demostrado que la exposición del desnudo es constante y realiza una reivindicación de la misma: “Feliz comienzo de temporada de andar en bolas! Es lo único q me hace feliz de estas dos estaciones espantosas”.
- Desde el punto de vista lingüístico, se observa el uso de expresiones vulgares: “Los hombres q me calientan, me calientan intelectualmente, así q no me interesan sus fotos de abdominales perfectos y pijas aparentementes gigantes!”.
- Asimismo, se encuentran expresiones de faltas de respeto como respuestas a las recibidas de otras mujeres u hombres. Por ejemplo: “viejo sucio... Vaya a hacerse los análisis de próstata, no jorobe a la gente joven... jajajajaja” o “Yo puedo ser miau, pero no caben dudas q vos sos oinc. Jajaja. Como te podes burlar de alguien con esa cara de cerdo?”

## 4.2. EL VLOGGING Y LA EXTIMIDAD COMO PROYECTO NARRATIVO

Julián Serrano es un joven *vlogger*, nacido en Entre Ríos. Actualmente vive en Buenos Aires donde desarrolla una carrera mediática. Tiene 23 años, estudió psicología pero abandonó para dedicarse a la producción de contenido audiovisual. Inició su actividad en YouTube en diciembre de 2009 con un canal llamado “Yotmbstoyalpedo” que un año más tarde migrará a “Yotmbstoyalpedos”. Este cambio se debió a infracciones en las leyes de copyright. Su principal y actual canal fue creado en febrero de 2011, desde donde ha construido el personaje que ofrece. YouTube ha sido siempre el primer medio para comunicarse con sus seguidores, allí anunció la creación de los otros sitios como Twitter, Instagram o Facebook, y los contenidos de estos se articulan a aquél. Sin embargo, desde su participación en una novela de la Productora Cris Morena, “Aliados”, en el año 2013, la producción de vídeos disminuyó considerablemente.

Julián es uno de los *vloggers* más reconocidos de Argentina. En septiembre de 2015, contaba con 1.311.545 suscriptores y 140 millones de reproducciones de vídeos de su canal. Su fama es extensa y él es consciente de ella. Creó el término Serranistas para referirse a sus seguidoras, en primer lugar, para luego hacerlo extensivo a todos los fans.

**Tabla 4. Residencia digital de Julián Serrano**

Sitio	Link al sitio	Seguidores	Fecha de alta
YouTube	<a href="https://www.youtube.com/user/JulianSerrano7/">https://www.youtube.com/user/JulianSerrano7/</a>	1.140.982	3/2/2011
YouTube	<a href="https://www.youtube.com/user/yotmbstoyalpedo">https://www.youtube.com/user/yotmbstoyalpedo</a>	115.306	24/12/2009
YouTube	<a href="https://www.youtube.com/user/yotmbstoyalpedos">https://www.youtube.com/user/yotmbstoyalpedos</a>	34.167	19/6/2010
Facebook	<a href="https://www.facebook.com/JulianSerranoOficial">https://www.facebook.com/JulianSerranoOficial</a>	1.464.118	-
Twitter	<a href="https://twitter.com/JulianSerrano01">https://twitter.com/JulianSerrano01</a>	1.150.878	10/11
Instagram	<a href="https://instagram.com/julianserrano01/">https://instagram.com/julianserrano01/</a>	377.779	-
Otros	<a href="http://www.taringa.net/julianserranoxd">http://www.taringa.net/julianserranoxd</a>	833	-
Google+	<a href="https://plus.google.com/109656036420899340019">https://plus.google.com/109656036420899340019</a>	2.524	-

*Fuente: De Piero (2015: 43)*

En la tabla 4, incluimos lo que, siguiendo a White & LeCornu (2011), denominamos “residencia digital”: el conjunto de sitios que un usuario maneja, mantiene y construye permanentemente en la web, y donde monta su identidad digital. El concepto de “residente” dista del de “visitante” que implica que un usuario ingresa a la web con un fin particular, pero no construye una identidad en línea.

En su cuenta de Twitter, Julián interactúa constantemente con sus usuarios, más de una vez al día, normalmente realizando una apología al narcisismo tal como lo hace en gran cantidad de vídeos. Él es el objeto que construye y ofrece al público. Las imágenes, articuladas con su cuenta de Instagram, han pasado de *selfies* a producciones más profesionales o artísticas a lo largo de los años, pero siempre es él el centro de atención, su rostro, su cuerpo.



Imagen 11. Fuente: julianserrano01 (1/06/2013)  
En la motorhome [Post de Instagram] [<sup>3</sup>]



Imagen 12. Fuente: julianserrano01 (1/04/2014) Con Joakota en el camarín preparándonos para la presentación de prensa! ! :D @ochoajoaquin  
[Post de Instagram] [<sup>4</sup>]

<sup>3</sup> Obtenido de <https://www.instagram.com/p/aBI6QZMRQC/>

<sup>4</sup> Obtenido de <https://www.instagram.com/p/mQq-48MRb6/>

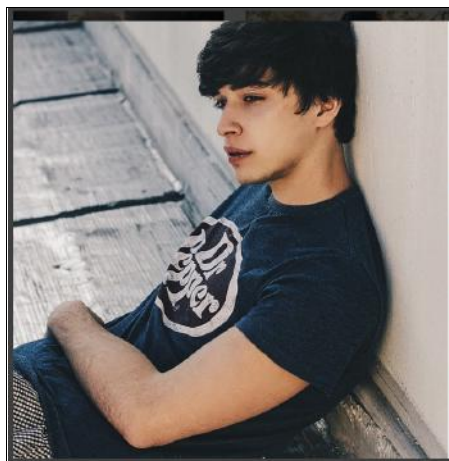


Imagen 13. Fuente: julianserrano01 (30/08/2015)  
Yeah @loligortari [Post de Instagram] [5]

En Twitter, al igual que en Facebook, invita a sus seguidores a mirar los nuevos vídeos que sube con un mensaje generado desde YouTube, como se ve en la imagen 14. Además, realiza comentarios durante los días posteriores para insistir en la existencia de nuevo contenido en el canal, ya que es probable que reciba ganancias por las reproducciones totales de cada uno de sus vídeos.



Imagen 14. Fuente: @JulianSerrano01 (8/10/2015) [6]

<sup>5</sup> Obtenido de <https://www.instagram.com/p/7BIQKpsRSb/>

<sup>6</sup> Obtenido de <https://twitter.com/JulianSerrano01/status/652267796668264453>



Imagen 15 – Fuente: @JulianSerrano01 (9/10/2015) [7]

Un hecho que llama la atención es que Julián posee más seguidores en los sitios “secundarios” respecto de su su canal principal de YouTube. Esto puede deberse a que su fama no proviene exclusivamente de este sitio, sino que con su paso por la televisión pudo haber ganado seguidores que no son consumidores de YouTube. En todo caso, Julián muestra distintos aspectos de su cotidianeidad a través de todos los contenidos que sube a Internet, construyendo así un discurso que refleja la identidad que desea mostrar al público.

Los elementos de la intimidad que exhibe contribuyen a crear esta *ficción de realidad* y lo vuelve un producto apetecible al espectador, deseoso de consumirla (Sibilia, 2008). Por ello, el conjunto de vídeos que seleccionamos para conformar el corpus fue elegido por presentar un alto contenido autobiográfico, ya que estos son los que se ofrecen más vehementes como exposiciones de la intimidad al ser consumidos como tales. Estas narrativas nos permiten, además de analizar las categorías de *extimidad* planteadas, observar cuáles son los elementos que el enunciador considera importante incluir sobre su persona y ofrecerlos como un excedente al valor que él mismo significa.

**Tabla 5 . Corpus de videos para análisis**

Nº	Título	Enlace	Fecha de publicación	Cant. Reprod.	Me Gusta
1	18 AÑITOS - Julian Serrano	<a href="https://youtu.be/vosUIKj6vD8">https://youtu.be/vosUIKj6vD8</a>	26/10/11	1235735	28791
2	FILOSOFANDO (? - Julian Serrano	<a href="https://youtu.be/vKUz7bOnQXA">https://youtu.be/vKUz7bOnQXA</a>	27/04/12	602438	13700
3	Draw My Life   Julian Serrano	<a href="https://youtu.be/rwQdY9jcZ-4">https://youtu.be/rwQdY9jcZ-4</a>	24/03/13	1843804	44867
4	50 COSAS SOBRE MI   Especial 1MILLON   JULIAN SERRANO	<a href="https://youtu.be/KLVibm77HuU">https://youtu.be/KLVibm77HuU</a>	13/06/15	873700	44695

Fuente: Elaboración propia

<sup>7</sup> Obtenido de <https://twitter.com/JulianSerrano01/status/652303394586148865>

En las narrativas escogidas, Julián presenta elementos que forman parte de su identidad como adolescente argentino que gusta de subir vídeos a YouTube. Se aprecia cómo, con el paso del tiempo, este muchacho cambia algunas perspectivas: ya no desea ser “el viejo del vino” como dice en los primeros vídeos, sino que va convirtiéndose a poco en el “ejemplo a seguir” por haber logrado sus sueños.

En el primer vídeo, mientras relata acerca de su cumpleaños, intercala escenas filmadas en la intimidad de su familia con fotografías tomadas luego de la celebración con sus amigos. Incluye textos en el vídeo que repiten lo enunciado por él, por ejemplo cuando reitera lo que dice imaginando que habla con un policía:

“Mirá peladito... suficiente te tuve que bancar dos años para que vos ahora... Te vengas a hacer el vivo conmigo, sabe”? Así que llamas a tus otros amigos, vigorexicos del orto Que los voy a cagar a piñas yo solo, la pu#@ pario...”

Con estos comentarios imagina una gran falta de respeto a la autoridad, construyéndose con esto, entre otras marcas, como un adolescente rebelde. Los lexemas delatan su juventud y su pertenencia a una comunidad lingüística particular. Asimismo, hace hincapié en lo mucho que habría deseado estar ebrio para su cumpleaños y menciona introduciendo el personaje del “viejo del vino”.

En el segundo vídeo se muestra en su naturalidad al despertarse, reflexionando sobre temas aleatorios por libre asociación, pero mencionando particularmente su incomodidad por los obreros que trabajan en su casa. Comenta que no fue a clases por no encontrar la llave de su casa, y se muestra despistado, sincero, con errores, para acercarse a la audiencia. Habla del viejo del vino y de lo mucho que desea el alcohol y luego desemboca en la explicación de la frase “Chupar un huevo”. Como escenario de fondo, se observa su hogar, en lo que aparenta ser un *quincho*, con las cosas desacomodadas al punto de que se ve obligado a dar una explicación, como quien se disculpa con un invitado al llegar a una casa desordenada. Hace comentarios sobre su posible futuro como psicólogo y diseña un sketch donde comenta sobre la sexualidad de

la paciente incluyendo dibujos de un pene. Muestra fotos de un día en el que estaba ebrio, tomadas por sus amigos sin que él se dé cuenta debido a lo mucho que tomó.

En el tercer vídeo, tiempo después, se presenta un Julián más maduro. Cabe destacar que este vídeo lo realizó siguiendo las pautas impuestas por la comunidad, aceptando ciertas restricciones de orden temático y sobre la selección de eventos de su pasado. Aquí ya no menciona el alcohol o las drogas, aunque sigue mostrándose con bromas, descuidos, y contando situaciones muy personales de su vida privada.

En el último vídeo, elige contar cosas sobre él, al estilo de la comunidad de *vloggers* de la que forma parte. La edición de imágenes no elimina situaciones que corresponden al orden de la preparación de la escena, como correr el cuadro o enfocar mal la cámara. Muestra sus emociones constantemente y no teme mostrarse con aspecto descuidado o mal peinado. Concluye el vídeo hablando de cómo ha logrado cumplir sus sueños y que todo es gracias a su audiencia, ya que sin ella no habría podido cumplir sus metas.

Sobre las categorías de *extimidad*, podemos decir que en todos los casos Julián se trata a sí mismo, a los personajes que inventa en pequeños sketches intercalados y a las personas que nombra (como sus padres en el vídeo 3), por su nombre de pila. Esto desemboca en una familiaridad que debe extrañarnos, puesto que intenta acortar las distancias con el público que lo recibe. El lenguaje que emplea, siempre desde la variedad dialectal de español del litoral, con la inclusión de algunos lexemas que delatan su edad. Además, notamos que por el uso del voseo, Julián aproxima más al interlocutor a un espacio de cercanía e intimidad.

Las grabaciones destacan por las bromas reiteradas, a menudo con insultos y comentarios explícitos sobre situaciones que le molestan, a veces en forma de sketches en los que se desenvuelve de manera desinhibida. Normalmente, dirige las críticas hacia personas concretas, como los obreros que trabajan en su casa, sus padres y los que le hicieron burla en su vida, como sus compañeros de secundaria.

Si bien puede afirmarse que la tensión sexual es un tema isotópico a lo largo del corpus total de vídeos producidos por este usuario, en los casos analizados solamente aparece



marcado en dos de ellos, al introducir elementos de la sexualidad en el sketch intercalado (“Rosa Melfierro”, el pene dibujado en el cuaderno) y al mencionar el condón roto, o decir, a modo de broma que Julián proviene del latín y significa “bien dotado”. La exhibición del cuerpo es constante, siempre muestra su cuerpo sin remera, o intercala alguna escena en la que pueda aparecer así, en otro vídeo menciona incluso que su cuerpo es su principal medio para conquistar a sus seguidores.

El tema de las sustancias aparece en los primeros dos vídeos, luego deja de mencionarlo. En los primeros habla del alcohol que bebió, o escribe comentarios sobre “fumar faso” o manipular plantas de cannabis. Al mismo tiempo, cuando menciona sus experiencias con el alcohol, muestra imágenes con posturas que no son adecuadas para lo que Goffman (1959) consideraba que fueran propias de la escena. En muchos pasajes, finge llantos, eructa o se aclara la garganta.

Sobre el escenario, en sus vídeos muestra partes de su cocina, a los obreros trabajando en su casa, narra episodios de su vida familiar íntima y llega a mostrar incluso un tacho de basura.

Con todos estos datos, hemos ordenado y clasificado la presencia de estos elementos a lo largo de sus vídeos.

**Tabla 6. Análisis de rasgos de *extimidad* en el corpus**

Rasgos	Video N°			
	1	2	3	4
Nombres de Pila	X	X	X	X
Faltas de respeto	X	X	X	X
Sexualidad		X	X	
Exhibición del cuerpo	X	X	X	X
Sustancias	X	X		
Descuido	X	X		X
Dialecto	X	X	X	X
Familiaridad	X	X	X	X
Gritos y maldiciones	X	X	X	X
Bromas	X	X	X	X
Actividades Menores	X	X	X	X
Vida cotidiana	X	X	X	X

*Fuente: Elaboración propia*

Como observamos en la tabla 6, existen muchos elementos que dan cuenta de la vida íntima, expuestos de manera evidente. Estos rasgos indican una necesidad de mostrar un relato que se pretende auto-biográfico, cargado de realismo, sinceridad y transparencia. De este modo, Julián intenta darse a conocer al público mostrando su cotidianeidad, en un tono familiar y coloquial, que busca ser reconocido por una audiencia amplia y variada.

## 5. DISCUSIÓN

El análisis de los casos nos revela una emergencia de lo privado en el ámbito público: las identidades se construyen mediante la exhibición de lo personal, lo propio y lo íntimo como mercancías de alto valor. Esta exhibición busca generar una ilusión de realidad en una audiencia que ya no desea consumir ficciones. Todo esto hace que la *extimidad* se vuelva una categoría necesaria para pensar las producciones multimediales del ciberespacio.

Para este trabajo revisamos el modelo de Goffman que, si bien cuenta con medio siglo de existencia, nos parece plausible en tanto que ofrece parámetros claros para el análisis de ciertas representaciones, adaptadas, eso sí, al entorno de las TIC.

Confirmamos, así pues, la existencia de un discurso éxtimo, tal como propone Sibilia (2008), y creemos que podemos ampliar las suposiciones de Bowman (2010) sobre que las nuevas tecnologías no están gobernadas bajo los mismos principios comunicativos que las tradicionales. Consideramos que es necesario describir los nuevos principios y uno de ellos sería la exhibición de contenido éxtimo.

Por otra parte, si bien los estudios sobre *sexting* señalan que el contenido de expresión sexual circula por los canales que guardan más privacidad que Facebook, porque los *sexters* eligen aquellos medios tecnológicos que perciben como más seguros y privados (Drouin *et al*, 2013; Fleschler Peskin *et al*, 2013), es necesario recabar datos acerca de la incidencia de este tipo de comportamiento en Argentina, ya que existen antecedentes (Balardini, 2009) que indican que jóvenes publican, a través de Facebook u otras redes

sociales, mensajes verbales y fotografías que podrían encuadrarse dentro de la práctica del *sexting*.

Igualmente, acordamos con aquellas investigaciones, que encontraron que la práctica del *sexting* se relaciona con la búsqueda de autovisibilidad (Da Conceição Barros *et al*, 2014). Asimismo, esta investigación se muestra en consonancia con otros estudios que observaron un límite difuso entre el ámbito de lo público y lo privado (Lasen, 2012; Martínez Andrade *et al*, 2011).

Además, la *extimidad* sirve como categoría para interpretar también el *vlogging*. En este caso, que las narraciones expongan de manera evidente la intimidad resulta un recurso de verosimilitud e, incluso, puede crear ilusiones de realidad, de estar ante la presencia de un relato autobiográfico. Es necesario, no obstante, continuar con el análisis y poder contrastar con más producciones de diferentes usuarios para trazar un mapa de construcciones discursivas de subjetividades en diversos puntos del globo.

## 6. CONSIDERACIONES FINALES

En este trabajo se analizó el perfil abierto de una usuaria de Facebook y una serie de vídeos de un *vlogger* de YouTube. En ellos se observó que los usuarios utilizan diversas tecnologías digitales de la web 2.0 para exponer distintos aspectos de su vida privada. En este contexto, algunos elementos antaño reducidos al ámbito de lo estrictamente privado, como la sexualidad, los escenarios cotidianos y el lenguaje vulgar, entre otros, se muestran abiertamente para la vista de todos.

En el caso de la *sexter*, la exhibición del cuerpo es el eje central de la narrativa de sí misma que realiza en esta plataforma virtual. Es decir, si bien no se observan actos sexuales en pareja o en solitario, sí se manifiesta una clara exposición del carácter sexual de la persona representada. El objetivo es hacer destacar, por encima de cualquier rasgo de su personalidad, su ser sexual.

En el caso del *vlogger*, la sexualidad es un componente importante, pero no es el único que revela este joven sobre su intimidad. Permite a la audiencia profundizar de manera

más directa en diferentes aspectos de su vida privada, mostrando, entre otras cosas, un producto identitario que se pretende espontáneo, original y natural.

En ambos casos, el análisis de los elementos propuestos por Goffman (1959) y retomados por Bowman (2010) fue de gran utilidad para poder confirmar de manera clara la exhibición de elementos que son propios de la intimidad. Cabe preguntarse si podemos seguir pensando como íntimos o privados algunos elementos que, en muchos casos gracias a los medios y en muchos casos debido a las nuevas formas de entender la cultura, han cambiado su esfera de acción.

Escuchar el nombre de pila no resulta extraño, tampoco el uso de vocabulario inadecuado. Además, en nuestra sociedad, la exhibición del cuerpo resulta una práctica valorada positivamente en los medios (y no solo en Internet). Mostrarse ebrio, descuidado, o bajo los efectos de algunas sustancias contribuyen, por un lado a crear esta ilusión de transparencia, pero al mismo tiempo acerca a quien se narra empleando estos recursos al espectador que se siente identificado. Lo que consideramos que pertenece de manera más evidente a la intimidad es el espacio privado, el hogar en general y algunas habitaciones en particular. Estas marcas irrumpieron con mucha fuerza en la estética de los nuevos medios gracias a, por ejemplo, tribus como la de los *floggers* donde nació la práctica de tomarse fotos en los baños públicos y que se hizo extensiva luego a los baños privados.

Aunque estamos ante una forma diferente de percibir los espacios y la propiedad, no debemos perder de vista que:

“Cuando más se ficcionaliza y estetiza la vida cotidiana con recursos mediáticos, más ávidamente se busca una experiencia auténtica, verdadera, que no sea una puesta en escena. Se busca lo realmente *real*. O, por lo menos, algo que así lo *parezca*. Una de las manifestaciones de esa 'sed de veracidad' en la cultura contemporánea es el ansia por consumir chispazos de intimidad ajena” Sibia (2008: 221).

De igual modo, es importante distinguir si estamos ante una *extimidad* auténtica, nacida del deseo de exhibir y mostrarse, como sucede en el caso del *sexting*, o si se trata de una falsa *extimidad* caracterizada “por la importante dosis de ficción y teatralidad, por no decir falsedad que estas relaciones virtuales conllevan” (Calero Vaquera, 2014: 88). Es necesario considerar, entonces, que estas construcciones son parte de un discurso y se debe evaluar el grado de veracidad presente en ellos a partir de otras estrategias discursivas que constituyen el *ethos* del enunciador.

Asimismo, la evidencia aportada manifiesta que son necesarias investigaciones que realicen un abordaje profundo y más amplio de las prácticas que vinculan la exposición de la intimidad en el ciberespacio, tanto en la búsqueda de su comprensión como con el interés de generar códigos que permitan a los jóvenes ejercer una ciudadanía digital responsable.

Este trabajo pretende contribuir a esa línea de estudios sobre juventud desde la perspectiva del análisis del discurso digital para la comprensión de nuevas formas de entender la realidad.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

Agustina, J. R. (2010). “¿Menores infractores o víctimas de pornografía infantil? Respuestas legales e hipótesis criminológicas ante el Sexting”. *Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología*. Núm. 12-11, disponible en: <http://criminet.ugr.es/recpc/12/recpc12-11.pdf>

Balardini, S. (2009). “Hacia un entendimiento de la interacción de los adolescentes con los dispositivos de la web 2.0. El caso de Facebook (Asociación Chicos.net.)”, en (Barindelli, F. y C. Gregorio (comps.) *Datos personales y libertad de expresión en las redes sociales digitales*. Buenos Aires, Editorial Ad-Hoc. Disponible en: <http://www.programatecnologiasi.org>

Bowman, T. (2010). "Backstage or Front Stage with YouTube. Bloomington", Indiana University School of Library and Information Science. Obtenido de <https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/14938/bowman.pdf?sequence=2>

Burgess, J. (2011). "YouTube". En *Oxford Bibliographies Online*. Oxford, Oxford University Press.

Calero Vaquera, M. L. (2014). "El discurso del *Whatsapp*: entre el *Messenger* y el *Sms*", *ORALIA*, 17, 85-114.

Da Conceição de Barros, Costa Ribeiro & Pereira Quadrado (2014). "Sexting: entendendo sua condição de emergencia". *Excedra*, 193-213. Disponible en: <http://www.exedrajournal.com/wp-content/uploads/2014/12/sup14-192-213.pdf>

De Piero, J. L. (2015). "Identidad(es) Digital(es): propuesta de análisis desde el discurso". En C. Bosso, & R. F. Nader, *Antropología Siglo XXI, cruce de saberes IV: identidad, inclusión, exclusión* (págs. 218-224). San Miguel de Tucumán, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán.

Drouin, M., Vogel, K. N., Surbey, A., & Stills, J. R. (2013). "Let's talk about sexting, baby: Computer mediated sexual behaviors among young adults". *Computers in Human Behavior*. 29, 5, A25-A30.

Fleschler Peskin, M., Markham, C. M., Addy, R. C., Shegog, R., Thiel, M., & Tortolero, S. R. (2013). "Prevalence and patterns of sexting among ethnic minority urban high school students". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16 (6), 454-459.

Goffman, E. (1959). *The presentation of Self in everyday language*. Oxford, Oxford University Press.

Griffith, M., & Papacharissi, Z. (2010). "Looking for you: An analysis of video blogs". *First Monday*, 15 (1). Disponible en: <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v15i1.2769>

Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. Madrid, Taurus.

Kress, G., & van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. Londres, Nueva York, Routledge.

Lasen, A. (2012). “Autofotos: subjetividades y medios sociales”, en García Canclini, N., Cruces, F. & Urteaga Castro Pozo, M. (Coords.). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Buenos Aires, Ariel.

Lipovetsky, G. & J. Serroy, (2007). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Antonio-Prometeo Moya (tr.) Barcelona, Anagrama.

Martínez Andrade, V., Rebolledo Garrido E. & Romero López N. (2011). “MetroFlog: La sexualidad adolescente en el firmamento tecnológico”. *Versión Nueva Época*, (27), 1-11.

McLaughlin, Julia Halloran (2010). “Crime and Punishment: Teen Sexting in Context”. ExpressO. Disponible en: [http://works.bepress.com/julia\\_mclaughlin/1](http://works.bepress.com/julia_mclaughlin/1)

Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Fondo de cultura Económico.

Sibilia, P. (2009). “En busca del aura perdida: Espectacularizar la intimidad para ser alguien”. *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 8(2), 309-329.

Tello, Lucía (2013). “Intimidad y 'extimidad' en las redes sociales. Las demarcaciones éticas de Facebook”. *Comunicar XXI* (41), 205-213.

White, D., & Le Cornu, A. (2011). “Visitors and Residents: A new typology for online engagement”. *First Monday*, 16(9). Disponible en: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/3171/3049>

\* \* \*

**María Evangelina Narvaja** es profesora en Letras por la Universidad Nacional de Tucumán, Master en Investigación psicosocioeducativa con adolescentes en contextos escolares por la Universidad de Vigo. Actualmente cursa el Doctorado en Letras en la UNT con una beca otorgada por el Consejo Nacional de Investigaciones en Ciencia y Técnica (CONICET). Miembro del Instituto de Investigaciones sobre el Lenguaje y la Cultura (INVELEC - CONICET) y del Instituto de Investigaciones Lingüísticas y Literarias Hispanoamericanas (INSIL - UNT).

**José Luis De Piero** es licenciado en Letras por la Universidad Nacional de Tucumán. Actualmente cursa el Doctorado en Letras en la UNT con una beca otorgada por el Consejo Nacional de Investigaciones en Ciencia y Técnica (CONICET). Miembro del Instituto de Investigaciones sobre el Lenguaje y la Cultura (INVELEC - CONICET) y del Instituto de Investigaciones Lingüísticas y Literarias Hispanoamericanas (INSIL - UNT).