



Sexting

La intimidad migra a las redes sociales

Sexting. Intimacy migrates to social networks

Por Luz María Velázquez Reyes

Resumen: La tecnología está latente en nuestra vida cotidiana y ha revolucionado la forma en la que nos vemos. Así, surgen la *selfie*, que va desde lo estético a lo publicitario para fomentar algunos estereotipos de belleza, y el *sexting*, como un nuevo formato que permite mandar o recibir imágenes y mensajes de índole sexual. Este último tiene distintos objetivos, como aumentar el coqueteo, mejorar la autoestima, recibir dinero o favores; sin embargo, algunas personas optan por abusar y difundir estos contenidos con fines maliciosos. En este texto se explica el funcionamiento de ambas expresiones visuales, los riesgos que implican y el contenido de la Ley Olimpia en México.

Palabras clave: *sexting*, *selfie*, Ley Olimpia, redes sociales.

Abstract: Technology is latent in our daily lives and has revolutionized the way we see ourselves. Thus, the selfie, which ranges from aesthetic to advertising to promote some beauty stereotypes, and sexting, as a new format that allows sending or receiving images and messages of a sexual nature, have emerged. The latter has different objectives, such as increasing flirting, improving self-esteem, receiving money or favors; however, some people choose to abuse and disseminate these contents for malicious purposes. This text explains the functioning of both visual expressions, the risks involved and the content of the Olympia Law in Mexico.

Keywords: sexting, selfie, Olympia Law, social networks.

Los dispositivos digitales se han convertido en extensiones del cuerpo, dado que hoy caminamos, comemos, esperamos y dormimos con ellos, además de que suponen, disponen, proponen y orientan nuestras acciones. A partir del uso de las redes sociales surgió la *selfie*, anglicismo mencionado por primera vez en 2002, en un foro en línea realizado en Australia, para referirse a las fotos que los usuarios hacían de sí mismos. En 2004, con la creación de Facebook, se popularizaron de estas imágenes y bastó menos de una década para que *selfie*

fuera considerada la palabra del año por el *Diccionario Oxford*, en 2013; empero, fue Instagram la plataforma que catapultó a la fama este modo de fotografía y, debido a ello, hoy residimos en selfilandia.

De esta manera, el culto al cuerpo, a la belleza, a la salud y al ejercicio comenzó a representar un rasgo más de la hipermodernidad (Lipovetsky, 2004). La *selfie* no solo es un autorretrato más, sino que su propósito fundamental es el de ser compartida a través del ciberespacio para ser visibles y estar conectados. Es la manera de habitar el tiempo actual (Sibilia, 2020). Entre más se difunda este tipo de imágenes, mayor alegría digital proporciona al usuario, no obstante que la estética y la lógica sigan las mismas pautas de la publicidad, es decir, un poco o un mucho de mentira acompañada del afán de vender.

La publicidad se ha encargado de propagar el modelo de belleza ideal, que repite una y otra vez cómo se debe lucir para conseguir



amor, felicidad y llamar la atención. La espectacularización del yo y la publicitación de la intimidad (Sibilia, 2008) son dos formas altamente socorridas para alcanzar este modelo.

Por otro lado, la práctica del *sexting* implica “el envío [digital] de fotos de uno mismo desnudo o semi-desnudo o el envío de un mensaje de texto sexualmente excitante con su teléfono móvil” (Walrave et al., 2014). Su contenido adquiere “formas de preguntas, órdenes o sugerencias, es decir, le piden a su interlocutor intercambio de fotografías, citas o el inicio de relaciones más formales [...] el interlocutor responde con alguna expresión que le permita escapar de

EL *SEXTING* AGRAVADO ES SANCIONADO POR LA LEY OLIMPIA EN EL ESTADO DE MÉXICO

la situación o con alguna negación explícita que no le permita tener duda a quien solicita que no obtendrá lo solicitado, [...] aunque también hay] respuestas [...] de] interés y coqueteo” (Mercado y Cervantes, 2017).

El *sexting* se divide en pasivo y activo de acuerdo con el comportamiento: el primero se refiere a la recepción de imágenes y de propuestas, mientras el segundo a la producción y distribución. En ese sentido, este intercambio puede ser primario o secundario, agravado o experimental relacional, reactivo o forzado/coercitivo. Los motivos para participar en él se resumen en tres: en primer lugar, para alcanzar objetivos sexuales, asociados con el incremento de la pasión o la chispa e intimidad en una relación, o la posibilidad de coquetear



LA CREACIÓN DE FACEBOOK POPULARIZÓ ESTAS IMÁGENES Y BASTÓ MENOS DE UNA DÉCADA PARA QUE *SELFIE* FUERA CONSIDERADA LA PALABRA DEL AÑO

y atraer a un potencial compañero para lograr una cita. En segundo lugar, están las razones instrumentales, dado que cumple propósitos secundarios, como obtener favores o dinero, y en algunos casos se realiza con intenciones de causar daño, presionar o perjudicar a alguien. En tercer lugar, es una forma de reforzamiento de la imagen corporal para recibir mensajes positivos y ganar la atención de los pares (Bianchi et al., 2018).

Sin embargo, el riesgo de que alguno de los involucrados u otra persona difunda estas imágenes explícitas sin el consentimiento de quien aparece en ellas es muy alto y, por ello, ahora se sanciona en México. Gracias a la Ley Olimpia, se imponen de 1 a 7 años de prisión y una multa de 200 a 500 unidades de medida y actualización (UMA), cuyo valor actual es 108.57 pesos mexicanos diarios, a quien perpetre violencia digital al exponer, difundir, reproducir imágenes, audios o videos de contenido sexual íntimos de una persona sin su consentimiento, a través de medios tecnológicos. 

Referencias

- Bianchi, Dora et al. (2021). "A Bad Romance: Sexting Motivations and Teen Dating Violence", en *Journal Interpersonal Violence*, vol. 36, núm. 13-14, 6029-6049. <10.1177/0886260518817037>.
- INEGI (2024). Unidad de Medida y Actualización (UMA). <<https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/UMA/UMA2024.pdf>>.
- Lipovetsky, Gilles (2004). *Tiempos de hipermodernidad*. Anagrama.
- Mercado-Contreras, Cinthia Tomasa y Ana del Refugio Cervantes-Herrera (2017). "Sexting practicado por adolescentes: su morfología en Facebook", en *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, vol. 2, núm.1, 197-209.
- Sibilia, Paula (2020). *O Show do EU. A intimidade como espetáculo*. Contraponto.
- Walrave, Michel, Wannes Heirman y Lara Hallam (2014). "Under pressure to sext? Applying the theory of planned behaviour to adolescent sexting", en *Behaviour & Information Technology*, vol. 33, núm. 1. <<https://doi.org/10.1080/0144929X.2013.837099>>.



Luz María Velázquez Reyes es doctora en Pedagogía por la UNAM. Docente-investigadora del Instituto Superior de Ciencias de la Educación del Estado de México. Ganadora de la Presea al Mérito en prevención, combate y eliminación de la discriminación en el Estado de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores. Perfil Promep. Ha sido ponente en las nueve ediciones del Congreso Mundial sobre Violencia en la Escuela, organizado por la Universidad de Sevilla.

