

FACULTAD DE CIENCIA POLITICA
Y RELACIONES INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

OMGYes.com:

Análisis de estrategias comunicacionales

Juliana Serra

(S-2024/9)

Dirección: Lic. Mariángeles Camusso

Co-dirección: Lic. Lucía Anahí Figueroa

Licenciatura en Comunicación Social

Tesina de Grado

Agosto 2019

Agradecimientos:

A mi mamá y mi abuela, pilares fundamentales en mi paso por la carrera y tantos años de esfuerzo. A mi equipo y club, que todos los años se mostraron en apoyo. A mis amigas de la secundaria, por tanto debate e ideas sobre el tema. A Mariana por ser sostén en tiempos de desesperación por este proyecto. Y, por último, a mi fiel Candela quien introdujo este dispositivo frente a mis narices para hacer de él una tesina de grado.

ÍNDICE

1.Introducción.....	5
2. Capítulo 1: La masturbación sexual femenina en el tiempo.....	14
2.1 Primeros conocimientos.....	14
2.2 La masturbación en la Ilustración.....	16
2.3 Hallazgos en la Modernidad.....	17
2.4 La crisis histérica.....	17
2.5 Mitad de siglo XX.....	18
2.6 Plano local.....	19
2.7 Siglo XXI.....	21
3. Capítulo 2: Representación.....	24
3.1 Representar.....	24
3.2 Lenguaje y discurso.....	25
3.3 Cuerpxs.....	27
3.4 Sexualidad.....	28
4. Capítulo 3: Análisis comunicacional.....	31
4.1 Lenguaje visual: el logo.....	31
4.2 Layout.....	33
4.3 Imágenes.....	38
4.4 Textos.....	44
5. Capítulo 4: Análisis del corpus.....	47

5.1 La masturbación como ciencia.....	47
5.3 Público... ¿All inclusive?.....	49
6. Conclusiones.....	54
6.1 Pioneros en romantizar la masturbación.....	54
6.2 Consumo de placer vs placer en el consumo.....	56
7. Bibliografía.....	58
8. Anexo.....	63
8.1 Entrevista a Alecia Ott.....	63

1.INTRODUCCIÓN:

El tema seleccionado para el desarrollo de esta tesina de grado, implica vincular las líneas de trabajo propuestas desde los estudios en comunicación estratégica con los estudios culturales y de género sobre representación, para intentar abordar la estrategia comunicacional de la página web *OMGYes.com*. Estas líneas argumentativas serán utilizadas en el análisis propuesto, para abordar una visión específica en base a los objetivos que esta tesina de grado pretende alcanzar.

OMGYes resultó ser una página que, al verla por primera vez, impresiona no sólo debido a cómo aborda el tema específico de la masturbación sexual femenina, sino la manera en que la misma está presentada y dirigida al público. Al repensar las fotografías, discursos y estéticas, surgieron estos interrogantes: ¿qué representación de mujer se manifiesta en la página?, ¿cómo es la sexualidad femenina propuesta en *OMGYes*? Y, partiendo del contenido discursivo, ¿es una página dirigida hacia hombres y mujeres por igual?, ¿a qué público está dirigida?, ¿realmente rompe con el tabú de la masturbación femenina o sólo argumenta sobre ella?, ¿cómo es presentada la información brindada por el sitio?

Se considera que estas preguntas iniciales podrían ser analizadas a partir de un trabajo sobre las estrategias de comunicación desarrolladas por el portal, y es nuestra intención apuntar en ese sentido nuestro análisis.

Como objetivo general, esta tesina se propone describir y analizar las representaciones sobre sexualidad femenina manifiestas en *OMGYes*. En cuanto a los objetivos específicos, intentaré describir los recursos gráficos utilizados por la estrategia de comunicación de la web: imágenes, tipografías y colores presentes en el *layout* de la página; identificar cuál es la representación de la mujer encontrada en la página *OMGYes* a partir de sus recursos gráficos y discursos, e indagar sobre el concepto de sexualidad manifiesto en la página.

Personalmente, la perspectiva de género comenzó a interesarme desde mi ingreso a la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la

Universidad Nacional de Rosario (UNR). A partir de allí, y de los conocimientos adquiridos, pude ahondar sobre mi condición tanto de clase como de género. Es decir, anteriormente no había visualizado cómo ciertos casos en los que me sentí hundida y asustada formaban parte de una construcción social: acoso callejero, abuso de poder en el trabajo, etcétera. Creo que el feminismo abrió mi mente de manera que dejé de mirar sólo mi realidad o la realidad que me rodeaba, contemplé una visión más bien panorámica y se conformó una empatía amplia en mí: comprendí mi situación, comprendí la situación de muchas mujeres y, hoy en día, me encuentro abrazada a esta lucha contra el patriarcado.

Es por ello que, al conocer esta página web por primera vez, reflexioné muchísimo sobre mi experiencia personal en la masturbación, y la conclusión derivó a que no sabía absolutamente nada sobre el tema. Es más, me dio pudor entrar en la página las primeras veces, como también presentarlo como tema de tesina. Sin embargo, creo fervientemente en que uno de los grandes pasos que podemos dar las mujeres en nuestra autonomía e independencia patriarcal es la del dominio de nuestro placer, conocer nuestra sexualidad mejor que cualquier médico o compañero.

Herramienta de empoderamiento

OMGYes es una página web que se propone difundir técnicas de masturbación femenina. Según su video introductorio, publicado en su *layout*: *“Actualmente estamos en una época que aparenta ser tan progresiva, el placer femenino no es un tema del todo aceptado y en muchos casos continúa siendo un tabú.”* (OMGYes, 2015). La masturbación femenina continúa siendo un tema oculto y poco entendido. Aun cuando se ha avanzado en los últimos años en la conquista de derechos de las mujeres y las disidencias a nivel internacional, la cuestión del derecho al goce y al placer sigue siendo un tema complejo para las sociedades contemporáneas.

En un contexto donde la mujer es cada día más visible en el ámbito social, puede suponerse que OMGYes intenta lograr, -a partir de una postura analítica

/ explicativa -, una meta de equidad de género desde su lugar de “*enciclopedia de masturbación femenina*”. Es decir, sacarlo de las penumbras donde estaba escondido y enseñarlo para “normalizarlo”, según afirma una de las profesionales que realiza en el video introductorio de la página. Intenta también poner a la masturbación femenina en un lugar de aceptación y de aprendizaje. (OMGYes, 2015).

A través de entrevistas, 2.000 mujeres de entre 18 y 90 años contaron sus experiencias personales con la masturbación. *OMGYes* necesitó de la conformación de un grupo de investigadores, cineastas, ingenieros, diseñadores, educadores y sexólogos que integran la empresa *For Goodness Sake LLC*, junto con la colaboración de investigadores y profesionales de la *Universidad de Indiana e Instituto Kinsey*, para generar un *backup* de las técnicas más comunes de masturbación sexual femenina.

Los profesionales, además, advierten sobre su desazón al comenzar el estudio en cuanto a la escasa información científica que se encuentra sobre masturbación sexual femenina. Se tuvo la oportunidad de entrevistar a Alecia Ott, integrante del equipo de *OMGYes* y encargada de la comunicación y social-media de la página web. Mediante entrevistas, se logró visualizar a *OMGYes* como un avance en lo que respecta a la sexualidad femenina y entender ciertas cuestiones.

Antecedentes

LA MASTURBACIÓN FEMENINA EN EL TIEMPO

Para alcanzar los objetivos antes propuestos, esta investigación decide enfocarse, en el primer capítulo, en una recopilación histórica sobre la masturbación femenina, exponiendo una pequeña genealogía sobre los hallazgos y escritos formales sobre el tema. A través de esto, se intentará comprender cómo se constituye la concepción que lleva a que aún persista un sentimiento de vergüenza sobre la masturbación femenina, y que se sostenga la idea de *apoyarse en los varones para lograr placer* (Trebissacce, 2013).

Como afirma una investigadora, durante mucho tiempo:

“(...) el orgasmo era definido como una actividad meramente genital, un impulso genito-sexual, que la sociedad imbuida en valores religiosos había relacionado al sentimiento de culpabilidad. (...) La pérdida de la virginidad, las relaciones prematrimoniales u ocasionales y la anticoncepción eran temas que ganaban protagonismo en la prensa femenina. Pero entonces, si bien no existía ya una mudez respecto del sexo, había tópicos silenciados y regiones en las que era mejor hablar con mucho tacto y discreción, como, por ejemplo, las relativas al aborto.” (Schaufler, 2016:88-94).

REPRESENTACIÓN

En este segundo apartado, se explicará la noción de representación, entrelazándola particularmente con el concepto de sexualidad de la mujer. Se entiende que *OMGYes* propone, a través de su discurso, un espacio de conocimiento y representación sobre experiencias de sexualidad femenina que conforma una figura -una “modalidad” - particular de ser mujer que se analizará más adelante.

Se considera útil para tal objetivo, retomar las reflexiones que realiza Teresa de Lauretis (1992), quien entiende que para definir al “sujeto femenino” es esencial valorizar la noción de experiencia.

“(La experiencia) recae directamente sobre los grandes temas que surgieron a partir del movimiento femenino: la subjetividad, la sexualidad, el cuerpo y la actividad política feminista (...) con experiencia no pretendo aludir al mero registro de datos sensoriales (...) sino más bien en el sentido de proceso por el cual se construye la subjetividad de todos los seres sociales. A través de ese proceso uno se coloca a sí mismo o se ve colocado en la realidad social, y con ello percibe y aprehende como algo subjetivo (referido a uno mismo u originado en el) esas relaciones -materiales, económicas e interpersonales- que son de hecho sociales, y en una perspectiva más amplia, históricas. “(De Lauretis, 1992: 252-253).

A su vez, en este apartado se abordarán las nociones de *género*, *sexualidad* e *identificación*, que aparecen con frecuencia en la página a analizar, preguntándonos por la persistencia de los estereotipos y la lógica binaria que nuestra cultura resiste en desechar. Se intentará formar una crítica sobre esta

lógica, demostrando que la representación de la mujer tiene muchas aristas, y que a partir de ellas, se pueden comprender las distintas elecciones de sexualidad e identidad, sin importar la biología humana:

Según Catharine MacKinnon, las mujeres alcanzan la identificación con su sexo" no tanto a partir de la madurez física y la inculcación del papel adecuado como a partir de la experiencia de la sexualidad. Sexo significa tanto sexualidad como género, y ambos conceptos se suelen definir en función uno de otro, en un círculo vicioso. Pero es la sexualidad la que determina el género, no al revés; y la sexualidad, dice MacKinnon, es 'una compleja unidad de características físicas, emocionales, de identificación y de afirmación. Esta es la descripción que ofrece de cómo alguien *se convierte en mujer*. (De Lauretis, 1992:264).

ANÁLISIS COMUNICACIONAL

Iniciando ya nuestro análisis de *OMGYes*, el capítulo 3 intentará dar una descripción minuciosa sobre las imágenes, los textos y la cuestión visual de la página; intentando comprender de qué manera estos aspectos configuran una estrategia comunicacional que permite desarrollar ciertos argumentos.

Frente a la informatización de la sociedad, el concepto de visualización vinculado a esta temática (identidad corporativa) parece demasiado limitado. Una solución consiste en unir gráfica e información. De este modo, se ataca al punto neurálgico del nuevo ámbito del diseñador gráfico: la organización de la información. (Bonsiepe, 1999:64).

Por otra parte, el discurso de la página contiene un peso notorio en cuestiones como la identidad de *OMGYes*, el público al que se dirige y el uso que se recomienda tener para con la página. Es decir, el discurso denotará la representación de la mujer y el sentido que los creadores de *OMGYes* conformaron a través de las estrategias comunicacionales. Definiremos estrategia comunicacional dentro de esta investigación a partir del concepto de materialidad que propone el autor Eliseo Verón en su libro *“La Semiosis Social:*

Fragments de una teoría de la discursividad”, donde sostiene que cualquier soporte material, a lo que llamamos discurso o conjunto discursivo no es otra cosa que una configuración espacio temporal de sentido y, entendiendo, que toda producción de sentido tiene una manifestación material. Es esta materialidad lo que define el comienzo de todo estudio empírico de producción de sentido:

“Siempre partimos de ‘paquetes’ de materias sensibles investidas de sentido que son productos; (...) partimos siempre de configuraciones de sentido identificadas sobre un soporte material”. (Verón, 1987).

Las estrategias comunicacionales pueden definirse como puntos de articulación de ciertas diferencias en función de intereses y necesidades de grupos sociales que se reconocen como distintos. Teniendo siempre en cuenta que la tarea de un comunicador es reconocer esta diversidad e indagar sobre aquellos posibles puntos de concordancia, para operar desde allí en relación a un objetivo. (Massoni y Mascotti, 1996).

También se discutirá y profundizará sobre tópicos como *comunicación* y *transmedialidad*, dada la importancia que tienen en el campo de la comunicación en relación a *OMGYes*:

“La transdisciplinariedad, entendida como un enfoque aún más allá de la interdisciplinariedad que disuelve las fronteras entre las disciplinas, puede resultar sugestiva como programa a largo plazo pero, en el trabajo cotidiano del investigador, es un obstáculo epistemológico que se debe superar. (...) la historia de las teorías de la comunicación nos demuestra que sus pensadores más innovadores, los más revolucionarios, han trabajado en zonas de frontera de saberes sumamente variados, ahí donde se hablan varias lenguas.” (Scolari, 2008:64).

ANÁLISIS DEL CORPUS

En el capítulo 4, se intentará comprender la visibilidad e implicación de *OMGYes* en su intento de proponer a la masturbación como ciencia, como herramienta de construcción de representación social, y en base a su alcance y uso que propone hacia el público al que apunta.

Además, se visualizarán las marcas de segmentación e inclusión del público de *OMGYes*, teniendo en cuenta edad y género como principales segmentos.

Por otro lado, se tendrá en cuenta la relación entre la adquisición de información a través de un pago hacia la página, vista a la misma como un producto de industria cultural, desde el concepto propuesto por Adorno y Horkheimer en su clásico ensayo, “La industria cultural: iluminismo como mistificación de masas” (1988).

CONCLUSIONES

En este último capítulo, se sintetizarán las críticas y debates propuestos hacia el desarrollo, consumo y el uso que propone la página a su público, desde una visión cultural e histórica, implicando los temas resaltados en los capítulos pasados e involucrándolos en una mirada crítica hacia la función y presentación de la página web:

“Entregados al exceso del habitar en red, pareciera que hoy el sistema se pervierte poniendo en juego dos ganancias sustanciales: el poder sobre la gestión tecnológica de la visibilidad como garantía de existencia y valor, y la autoimplicación en lo que entregamos en las redes de manera más o menos consciente para nuestra propia dominación.” (Zafra, 2015:2).

METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta que esta investigación propone el análisis y descripción de los recursos estéticos, visuales y discursivos de la página *OMGYes*, la naturaleza de su metodología es cualitativa.

La metodología cualitativa hace referencia al proceso interpretativo de indagación basado en distintas tradiciones metodológicas –la biografía, la fenomenología, la teoría fundamentada en los datos, la etnografía y el estudio de casos– que examina un problema humano o social. Quien investiga a partir de esta metodología, construye una imagen compleja y holística, una hipótesis de lo observado; analiza palabras, expresa perspectivas detalladas sobre

informantes (claves o no) y lleva adelante el estudio hacia una situación natural. (Vasilachis, 2006:24).

El corpus seleccionado es la página en sí misma: sus imágenes, *layout*, recursos gráficos, audiovisuales y discursivos, lo cual involucra directamente a la representación de la mujer y su sexualidad. Con el fin de realizar una descripción exhaustiva de las materialidades ofrecidas desde OMGyes.com, se considerarán las estrategias comunicacionales, es decir, se tendrán en cuenta los diferentes recursos (medios y lenguajes) utilizados por la página para brindar información acerca de cómo producir placer femenino.

Se trabajará según la mirada de Sandra Massoni (2013) sobre el concepto de estrategia comunicacional:

“(...) las Estrategias de comunicación son dispositivos de conversación micro/macro social especializados en el análisis y la operación de lo comunicacional. Son algoritmos fluidos, mapas dinámicos de las reconfiguraciones que se van desplegando en los territorios a partir de las metodologías propias de la especificidad comunicacional (Massoni, 2013a).” (Massoni, 2016:98).

La teoría de la comunicación estratégica provee un modelo comunicacional que formaliza a la comunicación como encuentro y convergencia de la diversidad. Un modelo de trabajo transdisciplinario que enriquece a partir de pasos, técnicas y herramientas innovadoras de comunicación estratégica que integran a los actores (teniendo en consideración sus trayectorias) implicándolos en una conversación micro/macro social situada. (Massoni, 2016).

Otra línea de análisis a utilizar será el enfoque de los Estudios Culturales:

“Se trata de un abordaje cultural e histórico desde un punto de vista crítico, materialista y empírico, (...) a partir del cual formulan un concepto de cultura en base a la experiencia y la praxis.” (Valdettaro, 2015:179).

Es a partir de los conceptos de *experiencia* y *praxis* que puede advertirse un concepto de *sujeto activo* que mediante sus prácticas produce cultura.

Siguiendo con el análisis de las estrategias comunicacionales, el corpus será analizado desde el material brindado por la *Dirección de Arte de productos*

multimedia de la Universitat Oberta de Catalunya (2011), desde donde se hallan la mayoría de las herramientas necesarias para el análisis visual de *OMGYes*. Las imágenes del sitio web serán observadas desde una mirada que contemple el uso de diferentes recursos comunicativos (tipografía, colores, discursos):

“El diseño audiovisual, por su naturaleza híbrida, constituye un campo proclive a la experimentación, a la vez que se comporta como un motor de renovación del lenguaje audiovisual. En tanto que diseño, su terreno de juego es la resolución de problemas comunicativos ligados a medios que utilizan la imagen como forma natural de transmisión de contenidos. Está, por tanto, al servicio de un sistema de comunicación, cuyo lenguaje se conforma de signos provenientes del diseño gráfico y el audiovisual.” (Esquerdo, 2011:5).

Por último, haremos uso de la caja de herramientas conceptuales propuestas por los feminismos, haciendo mayor hincapié en los de la última ola, los cuales aportan una noción sobre las representaciones actuales del género femenino, teniendo como referentes a Luciana Peker (2018) y Virginie Despentes (2018):

“El feminismo pop tiene la idea de incorporar la cultura de masas a la práctica feminista. Tanto el análisis de los productos culturales que consumimos diariamente como con la posibilidad de aplicar la lucha por los derechos de la igualdad con técnicas de guerrilla pop. Por ejemplo, cómo hacés llegar tu mensaje a través de herramientas digitales, memes, youtube, gifts, trollear a tipos machistas para dejarlos en ridículo.” (Peker, 2018:278).

Es a partir de estas herramientas que se dará a entender ciertas nociones y representaciones sociales, comprendidas en los conceptos de la página web.

2. CAPÍTULO UNO: LA MASTURBACIÓN FEMENINA EN LA HISTORIA

“Es necesario pensar el sexo, al menos a partir del siglo XVIII, como una tecnología biopolítica.

Es decir, como un sistema complejo de estructuras reguladoras que controlan la relación entre los cuerpos, los instrumentos, las máquinas, los usos y los usuarios.

El dildo se revela entonces como un instrumento entre otras máquinas orgánicas e inorgánicas (las manos, los látigos, los penes, los cinturones de castidad, los condones, las lenguas, etc.) y no simplemente como la réplica de un miembro único.”

(Preciado, 2002).

A modo de comienzo, se propone una mirada genealógica rápida de lo que es la historia de la masturbación sexual femenina: desde sus inicios, hasta los hechos y prácticas que hacen que actualmente persista el sentimiento de vergüenza y dudas sobre la misma.

2.1 PRIMEROS CONOCIMIENTOS

Si nos remontamos varios siglos atrás, encontraremos distintas manifestaciones sobre la masturbación femenina, la cual estuvo muchas veces prohibida y condenada a la “clandestinidad” en silencio.





Imágenes extraídas de Sexo solitario (2007).

Según el sexólogo e historiador, Thomas W. Laqueur (2007), los primeros registros que se tienen son unas vasijas encontradas por arqueólogos en la región de los árabes y la Grecia Antigua, en donde se refleja a las mujeres tratadas con la misma ligereza con que los hombres trataban a la masturbación: no como una reflexión moral. *La masturbación era una broma, objeto de comedias y de ridículo* (Laqueur, 2007).

Los grabados componen a mujeres que se masturban, criaturas cómicas, sexualmente voraces. Las vasijas muestran a una o varias mujeres, cada una consigo misma o con otra, colocando un "olisbo" en su vagina y otro en su boca o ano. Las mujeres sin hombres aparecían utilizando un "ayudante de cuero" de ocho dedos de largo, es decir, la masturbación giraba en torno a una fantasía fálica, se trataba de una fantasía erótica masculina en donde se producía imaginariamente el coito heterosexual a través del desplazamiento del dispositivo o dildo. (Laqueur, 2007).

Desde la perspectiva de los médicos en la Grecia Antigua como Hipócrates y Galeno, se percibía a la masturbación como un peligro de placer sexual desenfrenado, hablándose de los recién casados. Pero también, aparecía en el contexto de problemas clínicos que eran consecuencia de la retención de fluidos. Según ellos, las mujeres poseían limitadas oportunidades de "alivio"; se consideraba que eran propensas a enfermedades histéricas de todo tipo, es decir, enfermedades originadas a partir de las incontenidas energías sexuales que determinaban su "humor" y bienestar.

Un escaso flujo seminal o menstrual, demasiado frío y húmedo, eran los signos más comunes de que algo no andaba bien en el cuerpo de la mujer. El consejo y el pronóstico de Galeno era, en resumen, frotarse, producir un orgasmo, eyaculación y el alivio de los síntomas del deseo y del "semen" contenido, echado a perder. Con algunos cambios, esta "prescripción" fue "la piedra angular" durante dos milenios sobre la masturbación femenina, ya fuera a solas o en presencia de un compañero/a. (Laqueur, 2007).

2.2 LA MASTURBACIÓN EN LA ILUSTRACIÓN

Según Thomas W. Laqueur (2203), la masturbación comenzó a ser un problema a partir del siglo XVIII en adelante, ya que anteriormente la misma no había sido cuestión importante en el ámbito moral ni en la medicina, simplemente porque no se practicaba mucho. A la inversa, un incremento en la incidencia del sexo solitario constituyó el problema, y los médicos "lo enfrentaron". (Laqueur, 2007).

Desde la publicación de un libro escrito por un médico londinense, Baltasar Bekker, titulado *Onanía*, se brindó una serie de remedios, prácticas y medicamentos para acabar con la autopollución que podía dejar infértiles tanto a hombres como mujeres, según su hipótesis textual (Laqueur, 2007). *Onanía* era utilizado tanto en la medicina como en la moral, dando a conocer la masturbación como "un vicio solitario". Además, este vicio aparecía en diversos escritos como la causa posible de diferentes afecciones tales como "el estreñimiento, la joroba, el mal aliento o la congestión nasal"; no será hasta el siglo XVIII que la masturbación será construida médica e institucionalmente como una "enfermedad". (Preciado, 2002:81).

La medicina de ese tiempo procuraba atribuir cierta responsabilidad al paciente en sus propios síntomas y enfermedades. Lo que hacía al sujeto responsable de la enfermedad que experimentaba:

"Si estás enfermo, sin duda es porque lo quisiste; si tu cuerpo está afectado, sin duda es porque lo tocaste". (Foucault, 2000:227).

2.3 HALLAZGOS EN LA MODERNIDAD

A comienzo del siglo XX Freud ingresó al debate acerca de la naturaleza del deseo sexual femenino, haciéndolo en un momento en el que la información sobre el orgasmo femenino y el clítoris se discutían como componentes extraños a la identidad heterosexual esencial de las mujeres. (Gerhard, 2001:221).

Cuando la sexualidad comienza a ser interrogada médica y disciplinariamente (1850 en adelante), explica Foucault (2000), comienza una especie de campaña “antimasturbatoria”, que se aplica fundamentalmente en la disciplina, el adoctrinamiento, la culpa, el castigo por el pecado cometido, la necesidad de ser personas “decentes” y “normales”, (Foucault, 2000).

Desde la mitad del siglo XIX y XX en adelante, el tacto y la piel eran los dos denominadores comunes a las formas de “contaminación” venéreas de la época:

“La piel se convierte en la superficie de inscripción en la que se escriben los signos de la desviación sexual. Las pústulas cutáneas son consideradas como los signos visuales comunes al vicio masturbador y a la promiscuidad sexual del sifilítico”. (Preciado, 2002:85).

La piel pasa a ser el retrato del masturbador; ella era la indicadora que permitía la lectura de los actos sexuales del individuo: de la masturbación a la histeria, de la homosexualidad a la sífilis. (Preciado, 2002).

Por lo tanto, el diseño de objetos para evitar el contacto y el contagio, fue una realidad. Los cinturones femeninos representaban una experiencia dolorosa y la mayoría eran producidos a partir de la mecanización y electrificación. Desde el año 1925, la producción y la venta de dichos aparatos decae en número, como resultado de una puesta en tela de juicio de las consecuencias patológicas. (Preciado, 2002).

2.4 LA CRISIS HISTÉRICA

“Si por un lado la masturbación era condenada por la Iglesia desde el Renacimiento y finalmente patologizada por la medicina a partir del siglo XVII y técnicamente reprimida mediante aparatos mecánicos y después eléctricos durante el XIX y el xx, paralelamente, la histeria será construida como una ‘enfermedad femenina’ y un conjunto igualmente numeroso de aparatos se pondrán en marcha para permitir la producción técnica de la llamada ‘crisis histérica’”. (Preciado, 2002:89).

El diagnóstico de la histeria, seguido por su “tratamiento”, la masturbación y la continua obtención del orgasmo, fue una teoría aceptada desde los años 20’s hasta los 60’s. Los y las freudianas de los años treinta y cuarenta intentaron resolver el problema de la no heterosexualidad de la niña, ya que la misma hacía una transferencia erótica del pene al clítoris, intentando enraizar “una identidad heterosexual esencial en el cuerpo de la mujer.” De esta manera, el orgasmo vaginal y su sombra, la frigidez vaginal, se convirtieron en dos componentes centrales de la feminidad freudiana. (Gerhard, 2001:227).

2.5 MITAD DE SIGLO XX

“En algún momento entre las décadas de 1960 y 1970, y teniendo como principal inspirador al movimiento feminista, la masturbación fue abrazada como un modo de liberación, un reclamo de autonomía, de placer por uno mismo, un escape del camino socialmente prescripto hacia la adultez “normal’”. (Laqueur, 2007:463).

A mitad del siglo XX, se consolidó la sexología como campo, y su preocupación principal fue “el orgasmo” de la pareja heterosexual y, dentro de ésta, particularmente el orgasmo femenino (Béjin, 1987:272), característica de lo que se conceptualizó como Revolución Sexual. La masturbación de la mujer, hasta ese momento, pretendía ser un tratamiento hacia enfermedades de histeria, como antes se mencionó. No se hallaron registros sobre las técnicas más comunes de masturbación que tengan como objetivo buscar el placer de la mujer, cuando la propia mujer lo quiera.

Según el documental *She’s beautiful when she’s angry* (2014), los 60’s fueron la década de mayor movimiento y organización femenina. Sin embargo, la determinante revolución sexual de los cuerpos de las mujeres llegó más en los 70’s, luego de exigir una igualdad de salario y puestos frente al género

masculino y luchar por la obtención de guarderías gratuitas y durante 24 horas para aquellas mujeres que desearan estudiar y/o trabajar.

A partir de esta “desinformación” referida al funcionamiento sexual de la mujer, métodos anticonceptivos, masturbación, orgasmos femeninos, etcétera; un grupo de mujeres organizadas de la ciudad de Chicago, realizaron la recopilación de capítulos basados en las experiencias de cada una y en las que se sentían más identificadas. De allí nació el libro “Our bodies, our lives” (1971), donde se explora la masturbación como herramienta para conocerse una misma y, conseguir el placer tan buscado que hasta entonces poco se sabía cómo lograr. (Nuestros cuerpos, nuestras vidas, 2003).

Este fue el primer escrito de carácter fiel. Muchos otros libros y artículos refieren a la masturbación sólo a través del concepto mismo, sin decir cómo ni ejemplificando. Es decir, *Our bodies, our lives* (2003), compone lo que sería el manual sobre cómo una mujer puede llegar al orgasmo masturbándose, siendo realmente clara la técnica que se debe utilizar para ello, exactamente lo que se visualizó en *OMGYes*. El propósito de la página es brindar conocimiento sobre estas técnicas de masturbación femeninas, surgidas a partir de una encuesta a 2000 personas en un rango de edad determinado. *Our bodies, our lives* (2003) trata más sobre las experiencias de las escritoras contadas que colaboraron con su perspectiva en la creación del libro. No obstante, *OMGYes* se basa en experiencias compartidas entre muchas mujeres para lograr verificar y asegurar una técnica de masturbación. Es decir que, hasta el día de hoy, el hecho de la experiencia sigue siendo un punto importante en lo que respecta la masturbación sexual femenina:

“Después de dismantelar lo que consideraban construcciones opresivas que reinaban en el ámbito de la sexualidad femenina, las feministas de los últimos años de la década de los sesenta adoptaron la posición radical de cuestionar todo, confiar en los deseos de las mujeres a dondequiera que se dirigieran, y de sabotear cualquier teoría que propusiera asegurar, finalmente, la verdadera naturaleza del placer sexual femenino.” (Gerhard, 2001:253).

2.6 PLANO LOCAL

En Argentina, el libro de Albert Kinsey *La conducta sexual de la mujer*, había llegado también en los 60's. Por otro lado, el médico Florencio Escardó publicó el primer manual de sexología, titulado *Sexología para la Familia*, en 1961, desde allí brindaba el uso de otra perspectiva, un poco alejada del psicoanálisis para pensar la sexualidad. A estos autores, los siguieron diferentes revistas como: *Primera Plana* (donde Escardó a veces escribía), *Para Ti*, *Response*, etc. (Trebisacce, 2013:3).

El debate sobre los orgasmos femeninos y cómo conseguirlos se había extendido en el ambiente tanto médico como psicoanalítico (Trebisacce, 2013). Sin embargo, los especialistas y sexólogos locales sugirieron que, para la resolución de estos padecimientos femeninos por no llegar al orgasmo, las mujeres debían apoyarse en sus parejas varones:

“Hoy diríamos que la paridad y su complementariedad supusieron el refuerzo de la heterosexualidad obligatoria, aunque por entonces la ausencia de dicha categoría de análisis nos lleva a sostener que las consecuencias de aquello se expresaba en la imposibilidad de desarrollar una sexualidad autónoma; imposibilidad que se expresaba especialmente entre la población femenina, pues las mujeres no habrían desarrollado una sexualidad autónoma como supuestamente sí lo habían hecho los varones amparados por los permisos derivados de la “doble moral”. Entonces, las mujeres debían alcanzar el placer en sus relaciones sexuales pero para ello, según recomendación de los sexólogos locales, convenía apoyarse en sus compañeros varones.” (Trebisacce, 2013:13).

Sin embargo, los grupos feministas de los 70's en Argentina, aspiraban a una sexualidad autónoma, por lo que se ocuparon de trabajar en torno a la masturbación como parte de las prácticas que garantizaban una autonomía a las mujeres. Las mujeres que participaron y experimentaron encuentros entre feministas lograron conocer su sexualidad y lo que “les gusta” para sentir placer. (Trebisacce, 2013). Similar a las mujeres en Chicago, las argentinas se dispusieron a encontrar la manera de conocer su cuerpo:

“El orgasmo era definido como una actividad meramente genital, un impulso genito-sexual, que la sociedad imbuida en valores religiosos había relacionado al sentimiento de culpabilidad. (...) El discurso se vestía con las transparencias de la neutralidad. Convertido en información, el placer erótico entraba al terreno de la sexualidad, por medio de textos, manuales e investigaciones. Las estadísticas y clasificaciones fijaban e

instruían a los propios placeres. La sexualidad pasaba a ser divulgada y definida como 'experiencia'." (Schaufler, :88-91).

La sexualidad se redefinía a partir de estas prácticas, ya no era entendida como un instinto animal. Aunque la relación del sexo de la mano del amor seguía persistiendo, la mirada de la concepción social de normalidad, fue perdiendo fuerzas.

2.7 SIGLO XXI

Después de un breve recorrido por la historia de la masturbación sexual femenina, llegamos al siglo actual, en el cual se desarrolla nuestro objeto de estudio: *OMGYes*.

Frente a este tiempo podemos notar varias cuestiones: una es el desarrollo de internet, una red globalizadora que deja cualquier información al alcance de todos los que tengan acceso a ella. Es decir, el furor del orgasmo y la masturbación femenina no sólo puede encontrarse en páginas pornográficas machistas, como es lo usual -ya que nuestra sociedad condiciona a la industria cultural de la mujer como objeto saciador de placer del hombre- sino que también pueden encontrarse distintos escritos y reflexiones en foros, blogs, páginas de noticias, redes sociales, artículos académicos, incluso videos y diferentes proyecciones audiovisuales, entre otros:

"Los cambios sociales son tan espectaculares como los procesos de transformación tecnológicos y económicos. A pesar de todas las dificultades a que se ha enfrentado el proceso de transformación de la condición de las mujeres, el patriarcado se ha debilitado y puesto en cuestión en diversas sociedades. Así, en buena parte del mundo, las relaciones de género se han convertido en un dominio contestado, en vez de ser una esfera de reproducción cultural. De ahí se deduce una redefinición fundamental de las relaciones entre mujeres, hombres y niños y, de este modo, de la familia, la sexualidad y la personalidad." (Castells, 1997:27).

También, se encuentran algunas propuestas literarias de profesionales como la sexóloga Alessandra Rampolla (2014), en foros sobre la experiencia individual

de mujeres que no se consideran expertas, pero deciden incursionar en el placer femenino:

“A pesar de tener una mala reputación en nuestra sociedad, no debes temerle a la masturbación. La auto-gratificación, auto-placer, auto-estimulación, sexo a solas, o masturbación (como prefieras llamarle) es una función sexual natural, beneficiosa psicológicamente y saludable físicamente. Te ayudará a conocer tus respuestas sexuales (que luego podrás comunicarle a tu pareja una vez aparezca), y es una excelente manera de crear tu propio orgasmo. Recuerda que mientras más orgasmos logres provocarte, ¡más fácil se te hará tenerlos!” (Universo Alessandra, 2014).

De esta forma, se facilita el acceso a la información sobre la sexualidad femenina y todas sus implicancias. Un ejemplo de esto, es el libro que derivó en movimiento de revolución sexual: *Sola me gusto* (2018), de las colegas Larissa Pagán y Nazareth dos Santos, en donde a partir de entrevistas a mujeres y sus experiencias, realizaron una recopilación de las mismas para ayudar a esclarecer cómo masturbarse.

Similar a *OMGYes*, las estudiantes entrevistaron a más de 60 mujeres. *Sola me gusto* (2018), tiene el objetivo de normalizar de la masturbación femenina. Se podría hacer una comparación con *Our bodies, our lives* (1971), libro publicado por movimientos feministas en los 70's y *El arte de amar* (1978) de la sexóloga Michalina Wislocka: a pesar de todas estas publicaciones, aún quedan lugares o mujeres sin información acerca de la sexualidad femenina.

Por otra parte, actualmente las mujeres poseemos una serie de luchas ganadas, y una de ellas es la nueva liberación sexual, liberación de prejuicios, de devenires, deseos y orgasmos, como diría Peker (2018):

“La primera liberación sexual fue en los sesenta con la píldora anticonceptiva que permitió tener sexo sin necesidad de procrear. Ser madre es un deseo muy diferente al deseo de gozar y multiplicar el cuerpo en orgasmos. La liberación sexual política y colectiva fue la anticoncepción gratuita (que en Argentina llegó por ley en 2002 y se implementó en 2003) que permitió que el derecho al goce no tuviera receta, ni selección de billeteras. Y la liberación sexual más acabada fue la que llegó post Ni Una Menos con el grito de las más jóvenes diciendo ‘No nos callamos más’ y poniendo a cualquier situación de acoso, violencia y abuso fuera de sus camas.”, (Peker, 2018:225).

En lo que respecta a este siglo, se puede decir que los materiales de información, profesionales y personales son producidos por mujeres para otras mujeres, y de una manera más abierta, que ofrece diálogo y debate. El feminismo abrió muchas puertas para que esto suceda, el tratamiento que los medios vienen haciendo de los casos de femicidios y travesticidios desde 2015, nos indica que las mujeres ya no se callan, los colectivos se visualizan cada vez más y la lucha por los derechos es cada vez más amplia.

Se puede decir que la lucha por una ley de Educación Sexual Integral y la legalización del aborto para poder decidir sobre la maternidad, constituyen una bandera sobre los derechos sexuales de las mujeres. A esto, debería sumarse el derecho a la información sobre cómo obtener orgasmos sin el prejuicio o peso de la ley en sus hombros.

Además, esta liberación sexual contempla no sólo a la sexualidad con respecto al matrimonio como lo era hace unas décadas, sino a una sexualidad individual y a las diferentes formas que adopta. Pero sobre todo, esta liberación sexual entrecruzada con las nuevas tecnologías permite una llegada que antes no había y el hecho de que esta información esté al alcance de todas, permite una democratización en el acceso a la información sobre la sexualidad.

“El feminismo es una revolución no un reordenamiento de consignas de marketing, ni una vaga promoción de la felación o del intercambio de parejas, ni tampoco una cuestión de aumentar el segundo sueldo. El feminismo es una aventura colectiva, para las mujeres, pero también para los hombres y para todos los demás. Una revolución que ya ha comenzado. Una visión del mundo, una opción. No se trata de oponer las pequeñas ventajas de las mujeres a los pequeños derechos adquiridos de los hombres, sino de dinamitarlo todo.” (Despentes, 2006:169).

El feminismo es un proceso social en el cual la lucha por una sociedad más igualitaria contempla a la sexualidad como algo inherente a los cuerpos e inseparable del resto de los reclamos.

3. CAPÍTULO DOS: REPRESENTACIÓN

“(…) las representaciones individuales devienen en sociales por medio de la comunicación entre todos los miembros de una comunidad, (…) al tiempo que las representaciones sociales devienen también en individuales por el mismo mecanismo comunicativo. (….) no todas las representaciones individuales pueden convertirse en sociales y no es difícil imaginar al menos algún miembro de la comunidad que no comparta todas las representaciones que la comunidad tiene.”

(Raiter, 2001).

A continuación, se describirá el concepto de representación desde la perspectiva de los Estudios Culturales, para más tarde analizar la representación de la mujer y sexualidad encontradas en *OMGYes*.

3.1 REPRESENTAR

“La representación, en su sentido más básico, es el resultado de un acto cognitivo por medio del cual se produce un signo o símbolo que se instaura como el “doble” de una presunta “realidad” o de un “original”. En otras palabras, la representación ocurre a través de un proceso de percepción e interpretación de un referente, el objeto (en un sentido amplio) representado”. (Restrepo, 2009:249).

Comprendiendo el prefijo “re”, representación es volver a presentar, poner algo en el presente que anteriormente ya fue presentado, representar es repetir algo, reproducido en el presente. Las representaciones han sido estudiadas a través de múltiples disciplinas ya que se suponen como códigos fundamentales de una cultura, “constelaciones simbólicas” destinadas a regir el orden de los discursos y prácticas sociales, es por ello que las humanidades y ciencias sociales ligan a la representación con el estudio de la sociedad y la cultura. (Restrepo, 2009:250).

En estas últimas se encuentran enmarcadas las imágenes que producen colectiva e individualmente de sí los sujetos que participan de una cultura en una época determinada. La representación entonces, propone un encuentro entre culturas de distintas épocas, prácticas sociales anteriores al presente, distintas mentalidades, lógicas, es decir, un encuentro de experiencias, recursos cognitivos y de comprensión, que poseen las personas hacia distintas construcciones. Las representaciones son portadoras de significados. Son manifestaciones que competen a los sujetos a través de su “nube” mental de registros: imágenes, discursos, prácticas y acciones.

3.2 LENGUAJE Y DISCURSO

En *OMGYes*, podemos encontrar una representación de la mujer a través de las fotografías y la estética de su *layout*, es decir, a través de su discurso:

“El análisis del discurso sustenta, hoy, la formulación de teorías antiesencialistas que examinan prácticas e identidades en el cruce entre lenguaje, (...) representación, cultura, valor y poder. Entendemos por "discurso" un conjunto múltiple de prácticas significantes inscritas en materialidades diversas (no exclusivamente lingüísticas) y, también, el campo de realización simbólica, material y comunicativa de las ideologías en el que surgen los conflictos de interpretación que se libran en torno al uso social y político de los signos”. (Richard, 2009:76).

De esta forma, se puede decir que el imaginario de “mujer” de cada persona está atravesado por distintos ejes como el lenguaje, la cultura, la representación. Esta última juega un papel crucial en cómo definir a la mujer, porque engloba los significados que poseen prácticas significantes, como la masturbación femenina. Consolidando su sexualidad y sus efectos ideológicos en la construcción de los sujetos sociales y su subjetividad, la mujer es el sujeto principal en *OMGYes* y la representación de su sexualidad es la mirada que sus creadores brindan a los diversos usuarios:

“Hay ‘lenguajes’, estrategias lingüísticas y mecanismos discursivos que producen significados; hay diferentes modos de producción semiótica, formas distintas de invertir esfuerzo para producir signos y significados. En mi opinión, la manera de emplear ese esfuerzo, y los modos de producción implicados, tienen una relevancia directa, incluso

material, para la constitución de los sujetos dentro de la ideología: sujetos diferenciados por la clase, la raza, el sexo y cualquier otra categoría diferencial que pueda tener valor político en situaciones vitales concretas y momentos históricos determinados”. (De Lauretis, 1983:55).

Desde su escrito *Alicia, ya no*, De Lauretis (1983) reflexiona sobre la representación de la mujer, exponiendo en primera instancia al lenguaje que, de alguna manera, presenta a la mujer como un sujeto compuesto de una serie de categorías. Similar a lo que anteriormente mencionamos en palabras de Richards (2009) ya que el discurso ha permitido destejer las maniobras ocultas de los signos que, supuestamente neutros, fingen que la razón abstracta del pensamiento universal es una razón superior, ya que es imparcial y desinteresada. (Richards, 2009).

Los feminismos han producido discursos que motivaron la reconstrucción de representaciones e identidades. El lenguaje utilizado en la calle, redes y cotidianeidad en general se actualiza y modifica constantemente; un claro ejemplo de ello es el lenguaje no sexista, que parte de la premisa de olvidar el uso del género masculino para hablar general y universalmente, permitiendo la visualización de distintas identidades, no sólo el binarismo masculino-femenino:

“(…) a partir de la utilización del género gramatical masculino como genérico y el uso androcéntrico del lenguaje de forma que el discurso está construido como si únicamente existiera un sujeto, el masculino, y las mujeres sólo existieran por su relación a él”, (Emakunde, 2001).

El cambio de una letra en una palabra puede significar mucho, desde un símbolo de representación, hasta un motivo de enfurecimiento. El lenguaje posee una estructura que está fuera del control y de la conciencia del hablante individual, quien hace uso de esa estructura presente en su mente: unidades de sentido, signos, símbolos; el hablante individual puede dividir y clasificar el mundo y volverlo inteligible para las personas que comparten sus mismos códigos. (Lamas, 2001:53).

No obstante, el lenguaje cambia, se transforma de manera colectiva. En la actualidad las personas hacen uso y desuso del lenguaje, se apropian palabras

e implantan una cierta significación que los identifica. La acción social colectiva a través del lenguaje provoca y da vida a representaciones. Hoy en día se hayan palabras y frases que no sólo representan su significado pragmático, sino que son representaciones sociales que atraviesan la sociedad y las diversas culturas que allí se encuentran.

3.3 CUERPXS

“Mujer” ha sido tomada por la sociedad como una categoría, la categoría que tiene sus estereotipos tanto positivos como negativos, pero dentro de la teoría feminista, es una categoría que no sólo introduce los intereses y los objetivos feministas dentro del discurso, sino que se convierte en el sujeto para el cual se procura la representación política” (Butler, 2007:46).

Cuando se habla de mujer, la imagen que suele venir a la mente generalmente es la de un cuerpo de mujer. Pero este cuerpo, como antes se mencionó, puede estar subjetivizado por estereotipos, intereses, que determinan la representación de muchas mujeres:

“El feminismo teórico ha sabido rebatir esta naturalización del cuerpo al demostrar que todo cuerpo original es un cuerpo ya significado por la diferencia sexual en el acto mismo de tener que corresponderse, realísimamente, con las definiciones y las clasificaciones que ordena el dualismo de género. El modo en que cada sujeto concibe y practica las relaciones de género está mediado por todo un sistema de representaciones que articula la subjetividad a través de prácticas sociales y formas culturales.” (Richards, 2009:77).

El dualismo hombre-mujer instalado en la sociedad es algo muy difícil de deconstruir, pero es una necesidad, ya que existen personas que no sienten que esas dos categorías los representen. Para ello es necesario comprender lo que significa (por separado) género, cuerpo y sexualidad:

“Género no es sinónimo de mujeres, hablar de género es indagar la construcción cultural de las sexualidades. Nosotros elegimos mirar cómo los medios hacen género y ocuparnos principalmente de las mujeres como construcción semántica. Como la identidad de género es relacional, mirar las mujeres y lo femenino implica inevitablemente mirar a los varones y lo masculino, lo gay, lo trans, lo lésbico, que por oposición o ausencia aparecen”, (Seminario de Comunicación y Género, 2011:22).

Es decir, la construcción del género se da desde la mirada que elijamos tomar, desde el sentir de cada uno, pero no desde la naturaleza. Este “sentir” debe ser comprendido en términos de nuestro marco teórico de Estudios Culturales; ese sentir entonces está plagado de experiencias, un habitus que pudo o no ser modificado, una época, y demás influencias que hicieron de una persona que se representa mediante nomenclaturas que sobrepasan lo binario.

En síntesis, el género es un conjunto de ideas sobre la diferencia sexual que atribuye características femeninas o masculinas a cada sexo, ya sea en sus actividades, costumbres, vidas. La diferencia sexual, recreada en el orden de lo representacional, contribuye ideológicamente a la esencia, tanto femenina como masculina, es decir:

“La diferencia sexual nos estructura psíquicamente y la simbolización cultural de la misma diferencia, el género, no sólo marca los sexos sino también la percepción de todo lo demás: lo social, lo político, lo religioso, lo cotidiano.” (Lamas, 2011:58).

Por lo tanto, se puede comprender que el género no es a la cultura lo que el sexo es a la naturaleza. El género también es el medio discursivo/cultural a través del cual la «naturaleza sexuada» o «un sexo natural» se forma y establece como «prediscursivo», anterior a la cultura, una superficie políticamente neutral sobre la cual actúa la cultura. (Butler, 2007:55-56).

3.4 SEXUALIDAD

Tomando el concepto de sexualidad como campo de producción de representación, desde la teoría feminista de la autora Catharine MacKinnon (1995), que propone una interpretación social del poder masculino, se concibe a la sexualidad como una dimensión social construida por el poder y productora del mismo, en la que se expresan las divisiones sociales. Podría decirse entonces que la sexualidad a partir de su construcción como antes se discutió, es un espacio de representación para ciertas personas y divisiones sociales.

Para MacKinnon (1995), la sexualidad constituye también al significado de género: *El dominio erotizado define su masculinidad y la sumisión erotizada*

define su feminidad (MacKinnon, 1995:230). Por lo tanto, el género y la sexualidad son entonces dos formas de asumir la desigualdad genérica que exhibe el dominio masculino y la sumisión femenina en el plano de la sexualidad pornográfica (Domínguez, 2015:27).

Las representaciones genéricas binarias de nuestras sociedades occidentales y capitalistas constituyen la implantación del imaginario de la mujer sexual como objeto de placer del dominio masculino. Las mujeres son cosificadas y representadas en partes: culos, mamas, piernas, cabello; todo desde la perspectiva machista. Cada mujer es considerada según si sus atributos sexuales son admirables por los modelos hegemónicos de belleza. Además, a la mujer se la ha relacionado con conceptos como afectividad, dependencia, fragilidad y preocupación por los demás, según el análisis de Ruth Mateos de Cabo (2007). Todas estas acepciones han contribuido a la transmisión de una realidad mermada en la que han proliferado, ciertos clichés como el de esposa, amante, o madre. Estos estereotipos se asocian casi siempre a cualidades como la belleza, seducción o atractivo. De ahí que la mujer suele aparecer representada siempre como subordinada a la figura masculina. (Cabo, 2007).

Históricamente, en el plano de lo sexual, el hombre ha sido “bendecido” con un cierto poder de dominante y la mujer, sumisa. Esta perspectiva se ha ido reproduciendo a través de los años, generando así una idea de representación del género masculino, avasallante, con respecto a los demás géneros:

“Este mundo siempre ha pertenecido a los varones, pero ninguna de las razones propuestas para explicar el fenómeno nos ha parecido suficiente. (...) cuando se hallan en presencia dos categorías humanas, cada una quiere imponer a la otra su soberanía; si las dos se empeñan en sostener esa reivindicación, se crea entre ellas, ora en la hostilidad, ora en la amistad, pero también en la tensión, una relación de reciprocidad; si una de las dos es privilegiada, se impone a la otra y se dedica a mantenerla en la opresión. Se comprende, pues, que el hombre haya tenido la voluntad de dominar a la mujer; pero ¿qué privilegio le ha permitido realizar esa voluntad?” (De Beauvoir, 2017).

Siguiendo esta línea, Kate Millet (1995) esboza el complot entre las distintas divisiones de la sociedad en cuanto a mantener las representaciones sociales del género binario como una cuestión natural e imposible de deconstruir. Tanto la religión patriarcal como la opinión popular y hasta la ciencia, suponen que las

distinciones psicosociales derivan de las diferencias biológicas. No obstante, aquellos rasgos femeninos o masculinos que la sociedad profesa, no derivan naturalmente, sino de los mismos integrantes de ella que, colectivamente, prevalecen en esas distinciones.

4. CAPÍTULO TRES: ANÁLISIS COMUNICACIONAL

“La conformación de un territorio discursivo común es lo que permite que un campo del conocimiento gane autonomía, construya su mirada, se diferencie de otros saberes y eventualmente entable diálogos con ellos una vez acordado un campo semántico compartido.”
(Scolari, 2008:51).

En pos de analizar las estrategias comunicacionales de *OMGYes*, se expondrán en este capítulo los distintos lenguajes encontrados en la página, realizando una descripción densa de la misma.

4.1 LENGUAJE VISUAL: EL LOGO

“La idea de identidad está formada por aquellas características que definen a las cosas y los seres y las hacen singulares. Una organización social, cultural o mercantil tiene también una identidad que deberá ser potenciada por medio del cuidado de su imagen”.
(Vega, 2009).

Como representación inmediata, el logo es el que simboliza y da a entender de quién se está hablando o quién lo está haciendo. Es la identidad resumida de la entidad, la cual posee ciertos atributos, formas, colores, etcétera:

“(…) el término ‘logo’ se usa para referirse a cualquier símbolo creado con el propósito de identificación. (...) El término ‘logo’ se deriva de la palabra griega ‘logos’, que literalmente significa ‘palabra’. Así que cuando estás diseñando un logo, piensa en estos términos. Lo que en realidad estás creando es una palabra ‘visual’ que será usada por las personas para identificar las empresas para quienes estás creando el logo.” (Santa María, 2015).



Logo de OMGYes (OMGYes, 2015)

En otras palabras, el logo es la imagen que define un proyecto o empresa. Aunque en este caso se esté tratando de un símbolo y no un signo lingüístico, se definirá lo que es un signo lingüístico en términos de Saussure (1945) para luego definir el símbolo:

“El signo lingüístico une no una cosa y un nombre, sino un concepto y una imagen acústica. Esta última no es el sonido material, cosa puramente física, sino la psíquica de ese sonido, la representación que de él nos da el testimonio de nuestros sentidos; (...) El signo lingüístico es, pues, una entidad psíquica de dos caras (...) Estos dos elementos (significado y significante) están íntimamente unidos y se reclaman recíprocamente” (Saussure, 1945:91-92).

Retomando al autor para comprender las asociaciones de los conceptos brindados por la página, se entenderá por símbolo al signo significante, que no es arbitrario, teniendo un vínculo natural entre significante y significado (Saussure, 1945:94). Es decir, un símbolo no podría reemplazarse por otro objeto cualquiera, ya que posee un significado atribuido desde una concepción colectiva.

Al querer encontrar una expresión que identifique de manera directa algo específico como un nombre, el lenguaje debe ser utilizado de manera estratégica, buscando la opción que convenga según el público al que se apunta y quedar “ensamblados”: nombre más significado:

“Para retener el pensamiento, para transmitir el enunciado ya no bastan, desde hace tiempo, los signos alfabéticos. La orientación y la comunicación serían hoy imposibles sin el recurso de esquemas, signos y señales. La expresión escrita es ampliada necesariamente mediante la comunicación de imágenes. Las series alfabéticas de los lenguajes verbales surgidos bajo determinadas condiciones históricas, han sido fijadas de una vez para siempre, de carácter abstracto, mientras que los conjuntos sígnicos de los lenguajes pictográficos se han ido acomodando siempre al ámbito de su aplicación, en continua transformación, para ejercer una función aclarativa y normalizadora donde las palabras se revelaban insuficientes o intangibles.” (Frutiger, 2007:282).

De esta manera, el logo de *OMGYes* se presenta como una ironía: al mirarlo, se puede decir que remite al símbolo del género masculino: el nombre *OMGYes* se encuentra escrito en forma de flechas, similares a las del símbolo masculino. Mientras que el de la mujer supone un círculo que termina en una

línea vertical hacia abajo y se cruza con otra línea horizontal, las líneas que componen el nombre de *OMGYes* apuntan en diversos sentidos con forma de flecha.

Si bien es un tanto inusitado que el símbolo de *OMGYes*, página que vela por la masturbación sexual femenina, contenga un logo con elementos similares al del género masculino, los símbolos se adaptan y cambian con el tiempo, como también lo hace el lenguaje. No obstante, es un hecho que merece ser resaltado en cuanto a qué identidad se busca crear, a partir del uso de un símbolo con caracteres referidos al género masculino, cuando el sitio plantea una cuestión totalmente alejada del mismo.

4.2 LAYOUT

A primera vista en *OMGYes* se puede percibir un formato de ventana única, donde en su borde superior se encuentran ciertos indicadores visuales o íconos. A la izquierda encontramos el logo mismo de *OMGYes*, y en la derecha se encuentran varios *action triggers*, un hipervínculo nombrado *cómo funciona*, que nos deriva a un apartado textual donde se explica el funcionamiento de *OMGYes* e *iniciar sesión* espacio que permite la escritura de nuestro usuario. Más a la derecha se encuentra otro *trigger*, un botón virtual: *Consigue OMGYes*, el cual emprende el paso hacia el hipervínculo de una ventana nueva en donde se ofrecen los espacios de escritura de datos personales y de tarjeta de crédito para obtener la suscripción a la página y así, a la utilización de la misma.

Tomando un plano más general, en la interfase gráfica de la pantalla y el usuario, la primera ofrece una gran fotografía, en un plano medio corto de una mujer sentada, en donde sus piernas se encuentran abiertas (una flexionada y la otra estirada), su entrepierna está tapada por sus manos, y ubicada en el centro de la *layout*. La imagen se encuentra difuminada, no centrada y el único enfoque que se realiza es el de una de las rodillas de la mujer. Por delante de la fotografía, encontramos un texto: *Descubre qué dice la ciencia sobre sobre el*

placer sexual femenino: descubre maneras basadas en un estudio reciente para hacer que algo estupendo sea aún mejor. (OMGYes, 2015).



Página principal OMGYes (OMGYes, 2015)

Se puede determinar que la combinación de este texto y la imagen, crean una metonimia de la masturbación sexual femenina, es decir, un significado que relaciona con otro significado, mediante una conexión temática. La entrepierna desenfocada, levemente tapada pero visible y *la ciencia del placer sexual femenino* serían los significados que se conectan con el objeto de la página, la masturbación sexual femenina. (Bonsiepe, 1999:76).

Debajo del texto antes explicitado, se encuentra una invitación a observar el video introductorio. Esta serie de indicaciones y ofertas, posibilidades en cuanto a seguir explorando *OMGYes* o no, en la pantalla principal, y la manera en que se encuentran escritas en letra mayúscula: de gran tamaño pero con una tipografía sencilla, sin serif y delgada; intentan captar y mantener la atención del usuario antes que asustarlo o ahuyentarlo al hablar de masturbación:

“El usuario está interesado, en primer lugar, en un acceso unívoco y rápido a los documentos y a aprovechar las disponibilidades y alternativas para profundizar un tema (por ejemplo, abrir una secuencia de video o no).” (Bonsieppe, 1999:56).

El área de lectura se encuentra centrada en un sólo panel, al centro, y utilizando la barra mediada por botones con flechas, se puede ir bajando hacia otras herramientas que pueden parecer ocultos pero que aparecen a medida que el usuario se atreve a inspeccionar más aún *OMGYes*. Estos otros *action trigger* corresponden al acceso de videos que explican cómo funciona la página (*ver cómo funciona*), con una aclaración: *Sí, soy mayor de 18 años*, donde el acceder al botón virtual y al hipervínculo del video sobre el funcionamiento de la página, confirmarían la edad del usuario.

Más abajo, se puede observar que aparece otro *trigger*, se trata de otro botón denominado *Regala OMGYes*, el cual posee un hipervínculo que abre una nueva ventana en donde se puede abonar por otra cuenta de *OMGYes* y ofrecerlo como un obsequio.

Explorando aún más abajo, se encuentra un corto apartado textual titulado *¿Por qué lo hicimos?* donde se explica resumidamente el porqué de la página web, seguido a la derecha por una fotografía en primer plano de una mujer y un título en el borde inferior izquierdo de la misma: *¿Por qué participé?* Desde la voz de una de las protagonistas de *OMGYes*, se explica por qué se encuentra formando parte de la investigación, aportando su experiencia sobre la masturbación sexual femenina. Alecia Ott, integrante del equipo de contacto y social del sitio, explicó sobre esto:

“(…) tener videos con mujeres reales, no actrices, demostrar y explicar las técnicas en sí mismo fue importante para nosotros. Realmente tenés que acercarte y ver cuáles son las variaciones, y por qué (las técnicas) se sienten tan diferentes.”

Siguiendo en dirección al borde inferior final de la pantalla, nos encontramos con su apartado de social-media, en donde se observan los íconos de sus redes sociales (Facebook y Twitter), así como también su mail de contacto, donde invita a los usuarios a contactarse. Además, propone la distribución de su contenido, es decir, da la opción de compartir su material por parte de los usuarios en sus redes. Estos usuarios, podrían considerarse *fans*, aquella audiencia que pasa de la productividad semiótica y enunciativa a la productividad textual, textos que circularán en su comunidad de iguales (Borda, 2015:74).

De esta manera, personas de interés como la actriz Emma Watson, han podido divulgar públicamente a *OMGYes* y todo lo que ello conlleva, enfatizando de qué manera esta página la representa como para compartirla con sus amigos, conocidos y fans virtuales.

Volviendo a la distribución de la web, esta puede entorpecer o ayudar al lector en su propia búsqueda dentro del sitio. Las herramientas que pueden ayudarlo son los colores, tipografía, imágenes, etcétera. Y no sólo ayudarlo, deben atraerlo, es por ello que el diseño gráfico para web es tan importante en este caso:

“Las páginas o sitios web han sido uno de los medios más representativos en los que el diseño gráfico ha sido protagonista, dada su capacidad para el manejo de elementos visuales, combinando y generando nuevas experiencias y estructuras acordes a las necesidades como la interactividad y la dimensión del tiempo. El crecimiento en la tecnología ha influenciado la producción del diseño utilizando elementos visuales innovadores y distintos, siendo un factor inherente al diseño gráfico; reflejándose en el desarrollo de los diferentes estilos, en la evolución del arte y la sociedad en general.”
(González, 2013).

Se podría decir que *OMGYes* es una página simple e intuitiva que prescinde de manuales de instrucción. La función de la interfase de todos sus recursos: imágenes, texto, tipografía, color, provee al usuario, desde sus recursos cognitivos, la comprensión del tema que se está hablando y que pretende la página. Se busca, a través de sus recursos expresivos, hechos que den a entender y brinden herramientas para construir ciertas imágenes mentales y representaciones, y relacionarlas con diferentes concepciones y convenciones colectivas.

Es a través del lenguaje (visual, escrito, audiovisual, etcétera) que *OMGYes* reconoce diferentes tramas socioculturales y expresa su representación y tratamiento propios hacia la masturbación sexual femenina.

Color

La paleta de *OMGYes* se compone de colores azules, grises, blancos y negros; todos estos no fueron escogidos al azar. El color funciona como auxilio para la

orientación del usuario, se considera a la elección del color tanto sensorial como individual, y por tanto, subjetiva:

“El color influye sobre el ser humano, y también la humanidad le ha conferido significados que trascienden de su propia apariencia. Sus efectos son de carácter fisiológico y psicológico, pudiendo producir impresiones y sensaciones de gran importancia, pues cada uno tiene una vibración determinada en nuestra visión y por tanto en nuestra percepción”. (Sexe, 2004).

El color es capaz de estimular o deprimir, puede crear alegría o tristeza. Así mismo, determinados colores despiertan actitudes activas o por el contrario pasivas. Con colores se favorecen sensaciones térmicas de frío o de calor, y también podemos tener impresiones de orden o desorden. Se identifica al color con lo masculino y con lo femenino, con lo natural y con lo artificial, con lo romántico y con lo clásico, con la popularidad, la exclusividad y con la colectividad.

Es una herramienta importante en toda estrategia comunicacional, consciente o subconscientemente actúa sobre el observador; identificar el color con nuestro objetivo, marca e identidad es tan importante como el mensaje que queremos brindar. Por eso, la opción por excelencia de la página, es el color turquesa.

“El frío azul, color de las masas de agua (...), es el color del mar y del lago, más fríos que la tierra que pisamos, y, por otra parte, es el color del cielo, que se asocia, por lo tanto, al aire y al viento.” (Sexe, 2004:152).

El color azul que la página utiliza es uno de los tantos colores fríos que parece alejarse, y simboliza ideas de tranquilidad, afecto, frío e inteligencia. El color, por tanto, no sólo es sensación, sino es el elemento que más contenidos transmite, tanto en una fotografía, en la contemplación de un paisaje y por supuesto, en la pintura. Además, el color no comunica, connota; en el sentido de la vista residen modos de sensibilidad que se manifiesta en el tono emocional que asocian y desencadenan los colores cálidos y fríos; el color es un atributo psicológico que depende del observador y su propia percepción del mismo. (Sexe, 2004:150).

Tipografía

“La tipografía es más que sólo fuentes que se utilizan. La tipografía es todo lo que tiene que ver con la apariencia del texto, como el tamaño de la fuente, la longitud de la línea, el color e incluso cosas más sutiles como el espacio en blanco alrededor de un texto. La buena tipografía establece el tono de su mensaje escrito y ayuda a reforzar su significado y contexto.” (Typography, 2016).

La jerarquía visual utilizada en *OMGYes* denota cuál es el tema principal y cuál es el secundario. En este caso, *Descubre lo que la ciencia tiene para decir sobre el placer femenino*, parece ser el tema principal del sitio:

“Algunas fuentes se diseñaron para usarse como encabezados de gran tamaño, mientras que otras se diseñaron para usarse en pantallas de baja densidad. (...) Las diferentes fuentes transmiten diferentes sentimientos, y usted desea una fuente que complemente el tono de su texto.” (Typography, 2016).

OMGYes cuenta con una tipografía sin-serif, de líneas delgadas y redondeadas, es decir, puede considerarse de un estilo informal. Sus textos siempre se encuentran ordenados, prolijos en la relación con el espacio y dirección visual que ofrece la *layout*.

El sitio posee un texto de una apariencia y sentido relajados, que transmite tanto seriedad como tranquilidad en abordar un tema tan íntimo como la masturbación sexual de cada mujer. La tipografía en la web, un medio donde el usuario puede acceder desde cualquier dispositivo en cualquier resolución, genera que el trabajo del diseñador gráfico sea mayormente difícil. Es por ello que los mensajes y discursos, deben ser claros tanto en su contenido como en su presentación.

El hecho del color de la misma y sus espacios establecidos, permiten un mejor entendimiento del lector, con respecto a lo que puede llegar a sentir si las letras fueran más gruesas y de un color fuerte. Tal vez el mensaje se sobreinterpretaría. *OMGYes* posee una tipografía de colores claros y suaves, se la nota delicada y calma, ya que el tema que se lleva adelante es sensible, porque es algo privado, del interior de cada mujer, entonces lo que menos se pretende es asustar al público.

4.3 IMÁGENES

Las imágenes de *OMGYes* poseen en su mayoría mujeres como sujetos principales. Se basan en fotografías de primer plano en donde se visualizan mayormente, sonrisas y expresiones de placer. Además, se encuentran algunos planos detalle en donde la sinécdoque de la ropa interior es la protagonista y las miradas hablan más que cualquier texto.

Existe una jerarquía respecto a los elementos presentes en las imágenes de la página web: los sujetos son siempre mujeres que se encuentran en lugares cálidos como el interior de una casa, cómodos como sillones y camas, ellas se denotan como relajadas y felices. Esto podría ser tomado como la norma que regula el proceso de composición de cada imagen.

Sobre el nivel de realidad que poseen estas imágenes, hablando en términos de Villafañe (2002), debe observarse detenidamente a raíz de dos hechos concretos: la cualificación del referente y la función pragmática de la imagen. Puede decirse que sobre la función de las imágenes encontradas en la página prima la expresión, la muestra de sentimientos positivos en cuanto al uso de la página web: mujeres sonrientes, cuerpos placenteros y rostros felices.

Además, y en conjunto con los textos, las imágenes transmiten seguridad en cuanto al tratamiento de una temática tan delicada como lo es la sexualidad femenina. Las mismas son muy utilizadas como fondo en sus diversas ventanas: ya sea para la pantalla principal como para cada uno de los apartados.

Podría decirse que las imágenes de *OMGYes* poseen una intención de insinuación, persuasión, es decir, es posible categorizarlas como imágenes retóricas: los personajes que las conforman nos muestran felicidad hacia la masturbación, muestran algo verosímil, nos hablan sobre el placer que se obtiene utilizando la página y lo bien que están desde ello.

Las imágenes hablan por sí solas y, acopladas a los textos de la página, conforman en muchos aspectos un discurso sobre los beneficios de la masturbación y este nuevo descubrimiento. Por otro lado, construyen un

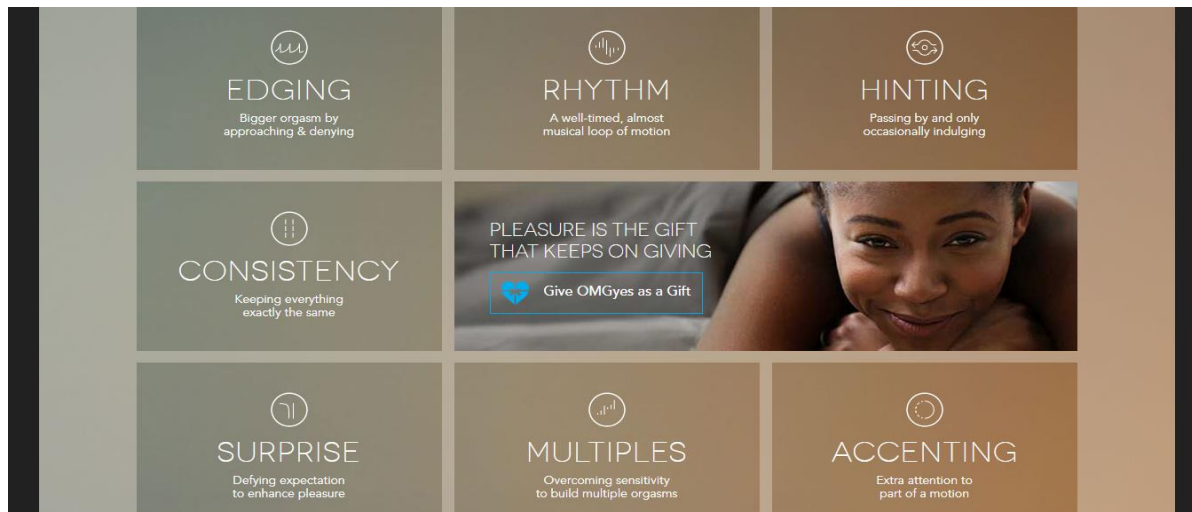
discurso de aceptación del cuerpo y la sexualidad, por ser una “*manera práctica y revolucionaria*” que representa de manera gráfica la una relación estrecha entre “masturbación” y “mujer”.

En este caso, se pone a la imagen retórica en el terreno de lo imaginario, en cuanto a que el referente aquí en cuestión (*OMGYes*) presenta valores que se adentran en los campos semánticos de la seguridad y el placer, que argumenta sobre las cualidades del producto. (Sexe, 2004).

Fotografías

Las fotografías de *OMGYes* destacan principalmente las sonrisas y miradas de las mujeres, es decir, hacen enfoque en estas partes fragmentadas de los cuerpos de las mismas. En ellas se puede visualizar detalles reales de cuerpos como arrugas o marcas, ya que en los videos de *OMGYes*, no hay retoques superficiales a los cuerpos. Alecia, integrante del equipo de *OMGYes*, relata:

“Cada una de las mujeres en la temporada 1 colaboró con nuestros ingenieros para crear un modelo codificado de sus preferencias, reacciones y sensibilidades. Cuando tocas su simulación, obtienes el tipo de comentarios que ella daría, en su voz”.



Ventana videos *OMGYes* (*OMGYes*, 2015)

A partir de esto, podemos decir que el grado de realidad que muestran las fotografías de *OMGYes* es relativamente alto y definido. Las mismas presentan siempre una mujer como objeto icónico, principal y único de la fotografía, los planos varían entre primeros planos y planos detalles, como antes se explicitó.

Los colores utilizados tanto en objetos del fondo, como la vestimenta de las mujeres en las entrevistas, se relacionan hacia la paleta de colores escogida para representar al sitio (turquesa, gris, etcétera). Las fotografías presentan una composición dinámica, es decir, armonía entre diversidad y contraste, y se denota un equilibrio entre las distintas masas plásticas de la página, y una modulación regular del espacio y lugar que ocupan aquellas fotografías con respecto a los textos y demás recursos del sitio. (Villafañe & Minguez, 2002:275).

El hecho de no utilizar estereotipos de belleza en sus fotografías, dice mucho de las representaciones que pueden surgir desde *OMGYes*. La página presenta fotografías con diversidad, es decir, mujeres de distintas razas, figuras, edades, etcétera, representando así una multiplicidad de cuerpos que pueden sentir placer.

Los estereotipos hoy en día, poseen menos fuerza, la deconstrucción sobre los cuerpos está latente, y eso es gracias a las mujeres, quienes se movilizan y luchan para crear una sociedad más igualitaria:

“Desatarse, mostrarse, animarse. Desabrocharse. Cortar el nudo. Quitar el gancho. (...) Quitarse el corpiño. No para irse a dormir. Ni dormir despiertas. Ni mirarse al espejo. Ni siquiera para elegir a quién mostrarse sino para elegir mostrarse. Para revolucionar la idea de que ser mujer es ser delgada o curvilínea o turgente. O para protestar contra la jerarquía católica, la clandestinidad del aborto, la lesbofobia, la represión policial, la persecución a las lactantes y las políticas conservadoras. Visibilizarse (...)”. (Peker, 2018:330).

Lo que se puede interpretar de estas fotografías es que las mujeres que se encuentran en ellas no son precisamente modelos: son mujeres, como se dice vulgarmente en las redes, “reales”.

Se puede decir que la propuesta de *OMGYes* es ayudar a las mujeres a aceptarse y a encontrarse con sus cuerpos, debido a que insiste en que cada mujer debe conocerse y probar qué le gusta. Es allí donde aparecen las diversas técnicas de masturbación sexual femenina.

Videos y simulación

OMGYes expresa los resultados de su investigación sobre la masturbación sexual femenina a partir de una serie de videos y simulaciones organizados a modo de capítulos. Se utiliza este concepto porque, al acceder y comprar *OMGYes*, el contenido que se brinda se denomina “Temporada 1”, un parecido bastante notorio a la organización de la plataforma digital *Netflix* y su contenido.

En los videos se visualizan técnicas de masturbación femenina tanto explícitas, es decir, teniendo a la vista órganos sexuales femeninos mientras una mujer se realiza a sí misma la técnica precisa para su satisfacción y placer sexual. Además, se ofrece previamente la visualización de entrevistas a mujeres que utilizan la misma técnica de masturbación para llegar al orgasmo.

Estas entrevistas fueron realizadas por el equipo de *OMGYes*, en donde sólo se visualiza a las entrevistadas, se le realizan algunos planos detalles en sus rostros, manos. Durante la entrevista misma, el entrevistador nunca es visualizado ni escuchado. Las mujeres presentan su monólogo sobre su experiencia en cuanto a la masturbación sexual femenina; preferentemente sentada en un sillón, con ropa informal de colores acordes a la paleta del sitio web, con una actitud graciosa y simpática hacia la cámara.

Por otro lado, también ofrecen una simulación de una vagina a modo de juego de aplicación, pero desde el sitio web. Por cada capítulo y luego de ver el video explícito de la técnica a realizar, se propone al usuario la ejercitación de la técnica a partir de una simulación de vagina, en donde la misma habla y explica al usuario cómo quiere ser tocada para sentir placer. Se podría decir que es un paso de la teoría a la práctica:

“Las simulaciones son una manera de imitar las distintas formas en que las mujeres dan feedback a sus parejas para guiarlos hacia lo que más les gusta. Resulta que esta es la «técnica» más importante en lo que respecta al placer femenino: guiar, sugerir, experimentar, escuchar y responder en tiempo real (también es una parte completamente ignorada en las escenas de sexo en la televisión, el cine y el porno). Así que, después de explorar cada tema y visualizar la variante particular de cada mujer, vas a poder probarlo en tu pantalla táctil o en tu computadora y experimentar cómo te da feedback para que puedas afinar lo que estás haciendo e intensificar el placer.” (OMGYes, 2015).

A través de estas plataformas, *OMGYes* se propone ser una página informativa sobre las técnicas más comunes de masturbación sexual femenina. Ahora bien, la manera en que brinda esa información es de carácter transmedial ya que involucra diferentes tipos de medios, actuales (videos, página web, juego virtual, etc.) y los llamados “tradicionales” (texto, fotografía, etcétera).

Mediante el uso y complementación de estos distintos medios, podemos añadir la característica de “transmedial” de la web, desde el pensamiento de Carlos Scolari (2008):

“Las contaminaciones entre viejos y nuevos medios son recíprocas (transmedialidades). Hoy la estética de la webcam nacida en internet se puede apreciar en numerosos programas televisivos realizados con cámara oculta -desde Gran Hermano hasta las series con gags cómicos- y en algunas producciones cinematográficas como *My Little Eye* (Evans, 2002). Estas contaminaciones entre pantallas grandes, pequeñas y portátiles son el caldo de cultivo semiótico donde se genera la estética del discurso hipertelevisivo.” (Scolari, 2008:232).

Teniendo en cuenta que hoy en día se debe captar la atención del público en menos de cinco segundos, por la cantidad de información y acceso a ella que hay, es muy importante la versatilidad que presenta la página para mantener esa atención a través de sus múltiples videos: 62 en total, con una duración de tres minutos cada uno y once táctiles (es decir, simulación).

Los capítulos se organizan, en general, de la siguiente manera: se encuentra un título que indica la técnica a explorar (por ejemplo, *mantener el orgasmo*), al hacer *click*, el hipervínculo nos deriva hacia una ventana única donde encontraremos tres videos de formato entrevista, donde las mujeres que

realizan cotidianamente la técnica específica cuentan su experiencia individual sobre el uso de la misma. Luego se encuentra el video de la técnica propiamente dicha, realizada por una protagonista en donde se dejan ver sus genitales. Por último, se encuentra otro *trigger* que nos deriva hacia otra ventana en donde se presenta la simulación de una vagina, del mismo aspecto que la de la mujer que enseña la técnica masturbatoria. Esta vagina tiene la peculiaridad de hablar y proponer al usuario que le realice los mismos movimientos y técnica aprendidos en del video anterior.

Es decir, el contenido de *OMGYes* puede ser caracterizado como explícito no sólo por la desnudez, sino por mostrar imágenes de mujeres reales que se masturban de manera real y simulaciones de ello. Presentan nada más y nada menos que mujeres: mujeres con las piernas levemente abiertas, perfiles de mujeres donde se aprecian sus hombros, el tirante del corpiño y su sonrisa, cuellos de mujeres corriendo la cara hacia un costado, mujeres felices. Felices, se interpreta, por encontrar alcanzar el placer, felices por hablar y compartir sus experiencias y enseñarlas:

“‘Mi cuerpo es mío’, ‘Más orgasmos, menos violencia’, ‘Me visto como quiero y me desvisto con quien quiero’, son algunos de los lemas, pintados en el cuerpo de las mujeres en marcha o con carteles sobre sus manos que grafican un movimiento político que, de una manera inédita, puso el cuerpo en la lucha y conquistó el cuerpo como placer público.” (Peker, 2018:13).

De esta manera, *OMGYes* genera una mezcla híbrida sobre información y entretenimiento, adquiere el carácter de nueva mercadería cultural multimedial, que apunta a eliminar la arraigada separación entre diversión y trabajo, entre aprendizaje y esfuerzo.

Hoy en día, existen diferentes modos de leer y escribir, junto a la tradicional forma de redacción de texto convergen nuevas formas comunicacionales y pedagógicas derivados de la técnica informática. Es por ello que se puede observar que *OMGYes* presenta una postura pedagógica, en el sentido de ser un medio por el cual se explica una técnica, su metodología de funcionamiento, brindando información al respecto, y distanciándose de su enunciatario. (Bonsiepe, 1999:65).

4.4 TEXTOS

Adentrándose en la textualidad de *OMGYes*, se puede constatar que la misma se encuentra plagada de diversos conceptos de gran peso, tanto para el uso del producto, como para la comprensión de la información brindada y la producción de representaciones sociales a partir del sitio web:

“No hay textos neutros, puros, objetivos, incontaminados de las huellas del enunciador y del destinatario, no hay texto sin destinatario.” (Sexe, 2004:105).

Siguiendo una línea de lectura, tomaremos el subtítulo de la pantalla principal de *OMGYes: Una manera práctica y revolucionaria, en un estudio reciente, de explorar las diferentes formas en las que las mujeres alcanzan el placer*. Esto podría relacionarse con el carácter científico propuesto por la página, ya que se auto-adjudica el descubrimiento de un *nuevo hallazgo*, a través de investigaciones y que derivó en ser *una herramienta de exploración*.

Otros conceptos a observar detenidamente, que son mayormente utilizados en los textos de *OMGYes*, son: *placer, orgasmos, tabú, mujer, vulva*, etcétera. Cada uno de estos conceptos presentan un significado que deriva de construcciones sociales, es decir, de los sentidos sociales en circulación.

Además, una de las funciones del lenguaje es la *función emotiva*, en donde el emisor emitirá ideas relativas a la naturaleza del referente, dando alguna información, pero, a la vez, su actitud respecto al mensaje que emite no es neutra, ese mensaje estará impregnado de actitudes, preconcepciones, visiones del mundo y subjetividad. Es por ello que esta función también será llamada *función expresiva*, porque trata de la actitud subjetiva del hablante o emisor con respecto a lo que está diciendo. (Sexe, 2004:106).

Como se ha podido visualizar a lo largo de este escrito, las frases y textos esbozados por *OMGYes* corresponden a un uso de conceptos que expresan entusiasmo, felicidad por el hallazgo científico de la masturbación sexual femenina, como también demuestra el uso de conceptos que hacen referencia a la libertad de la mujer, a su derecho a la información sobre su sexualidad.

En cuanto a la definición de *orgasmo*, este es tratado como un objeto preciado, el objetivo primordial por el cual *OMGYes* trabajó incesantemente. Podría decirse que *placer* y *orgasmo* representan la meta a la que *OMGYes* desea y espera que sus usuarias consigan provocar y provocarse.

La *sexualidad* es otro concepto muy nombrado y utilizado por *OMGYes*. Desde sus textos, entrelaza el concepto de sexualidad con el de revolución por tratarse de un hallazgo (las técnicas más comunes de masturbación sexual femeninas) que contribuirá a transformar las prácticas de muchas mujeres, y en consecuencia, puede pensarse como un cambio cultural en relación a las percepciones actuales sobre la masturbación femenina:

“Descubrimos que muchas mujeres comparten técnicas similares, algo así como ingredientes a combinar de diferentes formas para conseguir un mayor placer y mejores orgasmos. Así que creamos *OMGYes* para exponerlo todo. Y sí, es explícita. Y una nueva tecnología que te permite probarlo con tus manos. (...) Estas técnicas provienen de la experiencia colectiva de más de 2000 mujeres... ¡Eso es un montón de experiencia!. (...) Es un enfoque completamente nuevo, tan sincero y directo que te sorprenderá”. (*OMGYes*, 2015).

5. CAPÍTULO CUATRO: ANÁLISIS DEL CORPUS

El mundo entero es pasado por el cedazo de la industria cultural.

(...) La atrofia de la imaginación y de la espontaneidad del consumidor cultural contemporáneo no tiene necesidad de ser manejada según mecanismos psicológicos.

Los productos mismos, (...) paralizan tales facultades mediante su misma constitución objetiva.

(...) Es una tensión tan automática que casi no tiene necesidad de ser actualizada para excluir la imaginación. “

(Horkheimer y Adorno, 1988).

De acuerdo a los objetivos propuestos al inicio de esta tesina, se puede concluir en ciertas apreciaciones críticas con respecto al desarrollo, uso y consumo que se realiza de la página. A través del análisis comunicacional llevado a cabo, se pueden esbozar algunas aproximaciones a un análisis de la estrategia de comunicación de *OMGYes*.

5.1 LA MASTURBACIÓN COMO CIENCIA

A raíz de la investigación realizada, se puede decir que, si bien la sexualidad ya constituye un campo de estudios, existe la necesidad de profundizar en investigaciones al respecto. Tal es el caso de la masturbación sexual femenina, la cual ha tenido abordajes científicos en el tiempo, pero primando una perspectiva biológica por sobre una mirada del placer.

A partir del proceso de investigación realizado por los profesionales Lydia Daniller y Rob Perkins con *OMGYes*, se pretende que la página funcione como educadora, como fuente de información sobre masturbación sexual, intentando realizar algunas aproximaciones científicas hacia la noción de la masturbación sexual femenina. Es esta característica la que también le brinda cierta seriedad al sitio web, alegando que no se está hablando por hablar, sino que hay una investigación previa y profesionales de por medio.

Es esta característica la que diferencia a *OMGYes* de otros proyectos referidos a la masturbación sexual femenina como el anteriormente mencionado, *Sola me gusto* (2018), en donde prima la necesidad de compartir experiencias sobre masturbación femenina.

En el caso de *OMGYes*, se podría decir que está intentando generar una ciencia de la masturbación sexual femenina, en base a su trabajo de campo de recolección de experiencias mediante entrevistas. Sin embargo, se consideran necesarios más requisitos para que esta temática pueda ser considerada como ciencia en sí misma. A sabiendas de que *OMGYes* pretende, a través de su investigación, explicar las técnicas más comunes de masturbación sexual femenina, podríamos atribuirle la postura empírico-analítica como orientación epistemológica en el desarrollo de esta “ciencia”. (Valdettaro, 2015:105).

Al establecer una ciencia sobre un hecho u objetivo específico, supone las bases para formar una verdad absoluta, una explicación mecanicista y funcional, un conocimiento empírico y racional sobre el placer femenino. Esto podría llegar a “normalizar” la forma de masturbación sexual femenina, categorizando las maneras que, basadas en la investigación de *OMGYes*, producen orgasmos.

Por otra parte, el placer del que habla *OMGYes* supone un orgasmo originado en la vagina, es decir, sólo trata las técnicas de producir un orgasmo vaginal. Por lo que resta pensar, ¿sólo existen los orgasmos obtenidos a través de la estimulación de la vagina?, se ha comprobado que el cuerpo humano posee múltiples zonas erógenas que, al estimularlas, pueden producir placer:

“Pero aquello que resulta excitante a menudo es socialmente molesto. Pocos son aquellos y aquellas capaces de asumir en público lo que les pone a cien en la vida privada. A veces, ni siquiera tenemos ganas de hablar de ello con nuestros compañeros sexuales. El dominio de lo privado, lo que me hace mojar. Porque la imagen que ello da de mí es incompatible con mi identidad social cotidiana”. (Despentes, 2018:106).

Pareciera que las miles de maneras y técnicas para conseguir un orgasmo femenino no encajan con el ideal de *OMGYes* según el cual la masturbación se base en la estimulación de la vulva y el clítoris. Resulta un poco contradictorio

construir una ciencia “cierta”, que normalice una forma o regla para alcanzarlos, y ciertamente es coherente con la diversidad de los cuerpos.

5.2 PÚBLICO... ¿ALL INCLUSIVE?

En *OMGYes* puede observarse cierta segmentación del público, que provoca que éste sea reducido. *OMGYes* está formado y proyectado a partir de la necesidad de captar la atención de un público específico y, por tanto, encontrar la manera en que *OMGYes* pueda ser entendida por sus usuarios es fundamental. Entre el público y la página se genera, citando a Verón (1985), un *contrato de lectura*:

“La relación entre un soporte y su lectura reposa sobre lo que llamaremos el contrato de lectura. El discurso del soporte por una parte, y sus lectores, por la otra. Ellas son las dos ‘partes’, entre las cuales se establece, como en todo contrato, un nexo, el de la lectura. En el caso de las comunicaciones de masa, es el medio el que propone el contrato. (...) La primera cuestión es saber por cuáles mecanismos y en qué nivel de funcionamiento del discurso de un soporte de prensa se construye el contrato de lectura. La respuesta nos la da la teoría de la enunciación (...) Se trata, primeramente, de distinguir, en el funcionamiento de cualquier discurso, dos niveles: el enunciado y la enunciación. El nivel del enunciado es aquel de lo que se dice (en una aproximación gruesa, el nivel del enunciado corresponde al orden del ‘contenido’); el nivel de la enunciación concierne a las modalidades del decir. Por el funcionamiento de la enunciación, un discurso construye una cierta imagen de aquel que habla (el enunciador), una cierta imagen de aquél a quien se habla (el destinatario) y en consecuencia, un nexo entre estos ‘lugares’”. (Verón, 1985:2-3).

Entonces, tanto los usuarios como la página mantienen una relación que se nutre a partir de este contrato realizado entre las dos partes. Al suscribirse a *OMGYes*, el usuario está aceptando este contrato, que podríamos definir como “pedagógico” en el sentido veroniano del término:

“Aquí el contrato se construye entre un “nos” y un “ustedes” explicitados, y el nexo se hará entre dos partes desiguales, una que aconseja, informa, propone, advierte, brevemente, que sabe; la otra que no sabe y es definida como destinatario receptivo, o más o menos pasivo, que aprovecha”. (Verón, 1985:8).

En el marco de este contrato, *OMGYes* establece ciertas marcas de segmentación: la primera de ellas es la mayoría de edad, la cual se visualiza en la pantalla principal de la web mediante un botón virtual que se titula *sí, soy mayor de 18 años*; al hacer *click*, la página nos hipervincula a un apartado sobre cómo funciona la página.

Por otra parte, encontramos una estrategia de agregación de audiencias: si bien la página se presenta como centrada en la masturbación femenina, y esto hace suponer a las mujeres como su público exclusivo, el apartado *A quién va dirigido* amplía su propuesta a otros grupos genéricos.

A partir del mencionado título, se desprenden tres sub-apartados distintos:

- ¿Por qué les encanta a las mujeres?
- ¿Por qué les encanta a los hombres?
- ¿Por qué les encanta a las parejas?

Dentro de cada sub-apartado, se recopilan distintos testimonios y críticas positivas de quienes ya probaron *OMGYes*: ya sean mujeres, hombres o parejas. Sin embargo, aquellas personas que no se identifican como hombre o mujer, y que tampoco están en pareja, parecerían no encajar con las categorías de *OMGYes*. Los integrantes del grupo reflejan una explicación sobre esta segmentación en el apartado *Preguntas Frecuentes*:

“En nuestra empresa tenemos empleados homosexuales, transexuales y no-binarios. Por esa razón, hemos puesto muchísima atención en la forma en que usamos el idioma y presentamos la información en el sitio. La investigación que llevamos a cabo para la primera temporada se centró en la vulva, y nos pusimos en contacto con todas las personas que se identificaban como mujeres.” (*OMGYes*, 2015).

En base a esto, se puede decir que, si bien la página reconoce la diversidad sexual y pretende incluir a las disidencias sexuales, un recorrido por las imágenes nos permite concluir que las representaciones son principalmente binarias y que, al interiorizarnos en la web, el término *parejas* no engloba a la totalidad de géneros.

Otra marca de segmentación es el poder adquisitivo, ya que la información brindada por la página, sus videos y material completo, sólo es accesible a través de un único pago de, en el caso de Argentina, \$400¹. Esto permite afirmar que el contenido de la página se encuentra restringido para aquellos que no posean el dinero o la tarjeta de crédito necesaria para acreditar el pago.

Por otra parte, los creadores de la página explican que la misma no fue configurada a modo de aplicación porque para ello se debe poseer cierto tipo de teléfono celular. Entonces, al pretender un acceso de información para todos, su manifestación en forma de página web es una ventaja para muchos. Cualquier persona con *wi-fi* puede acceder sin necesidad de poseer un dispositivo *Android* o *Iphone*.

Asimismo, se genera un acceso mayor o masivo, y la misma página y temporada N°1, fueron traducidas a diez idiomas diferentes para este alcance.

Otro límite de segmentación que ya excede al dominio de *OMGYes*, es la censura. Países de Oriente como Irak e Irán, han prohibido y censurado la página de la red globalizada de internet, por el contenido que presenta, es decir, la masturbación y sexualidad femenina, según explicó la profesional Alecia Ott.

OMGYes presenta y trata en su página temas que pueden interpretarse como intolerables para ciertas culturas, religiones y sociedades. Es por ello que el Estado de muchos países orientales, principalmente, prohibió el acceso a la página y muchas mujeres que podrían ser potenciales usuarias, no podrán hacerlo por su lugar de origen.

5.4 INFORMACIÓN PAGA

Los servicios de *OMGYes* constan de 62 videos (entrevistas y técnicas explícitas de masturbación) y once simulaciones táctiles. La página ofrece ver

¹ El precio varía según el tipo de cambio.

tres videos (entre los cuales se haya una técnica de masturbación) y una simulación previa al pago de suscripción.

Ante esto, el sitio mismo explica en un apartado, que este dinero es destinado a continuar la investigación sobre el placer femenino:

“¡Sería fantástico que las instituciones públicas nos dieran dinero para investigar el placer! Lamentablemente, nunca lo hicieron y nunca lo van a hacer. Por esa razón, tenemos que cobrar algo de dinero para seguir investigando y para pagar la producción y los salarios del equipo de gente increíble que lleva adelante y mantiene *OMGYes*. Todas las temporadas se compran con un pago único; es como si compraras un libro. Nadie piensa que los libros deberían ser gratis porque se necesita dinero para publicarlos, ¿no? Incluso los libros que tratan sobre la ciencia o el medioambiente. Todos los que creen que *OMGYes* es valioso e importante nos están ayudando a costear gastos de producción y a continuar con nuestras investigaciones realizando pagos y módicos. ¡Muchísimas gracias!” (*OMGYes*, 2015).

Si bien *OMGYes* se encuentra al alcance de todos aquellos que posean internet, el acceso a la totalidad de la información presentada en la página se encuentra restringida para quienes no compren el servicio, como se mencionó anteriormente. Según la misma página, ese monto es destinado a seguir investigando su objeto principal (el placer femenino).

Por ese lado, resulta curioso que un saber desarrollado para masificar el placer, se encuentre sujeto a las lógicas del mercado. Más allá de ser un número, el pago por información establece una línea imaginaria entre quienes podrán acceder y quienes no, ya que no todas las personas de las distintas regiones del mundo tienen las mismas posibilidades económicas: tendrá placer quien pueda pagar.

Este sistema también puede compararse con el pago de pornografía virtual, debido a que *OMGYes* posee videos explícitos en donde las mujeres muestran sus técnicas de masturbación teniendo sus genitales expuestos. ¿Podría pensarse a *OMGYes* como un producto más de la industria pornográfica?

Sin embargo, la página web no posee la imagen de un sitio virtual de pornografía, es decir, sus colores, sus fotografías, íconos, apartados y demás,

llevaron a considerar este sitio como informativo, interesante y una herramienta para fomentar el empoderamiento femenino.

6. CONCLUSIONES

6.1 PIONEROS EN ROMANTIZAR LA MASTURBACIÓN

“Nosotros no afirmamos ser expertos; solo creemos que la sabiduría colectiva de miles es más fuerte que la opinión de una sola persona. Sin embargo, tenemos que admitir que somos los primeros y los únicos en llevar a cabo una investigación a gran escala y representativa de nuestro país sobre los fundamentos del placer sexual y el tacto en las mujeres.” (OMGYes, 2015).

OMGYes posee un discurso donde se atribuye la primicia de la masturbación sexual femenina, de ser el primer dispositivo en “sacar a la luz” este tabú. Explica que nunca nadie habló de esa manera sobre el placer de la mujer. Sin embargo, como se vislumbró a través del análisis propuesto en este proyecto, hace ya varias décadas que se trata de comprender la masturbación sexual a través de experiencias femeninas (*Our bodies, our lifes* (1971), *El arte de amar* (1978)) que, por falta de difusión, no tuvieron el reconocimiento que posee OMGYes en tiempos de internet:

“Lentamente nos acostumbramos a la idea de un orgasmo femenino. Hasta hace poco tabú e impensable, el orgasmo femenino aparece en el lenguaje cotidiano a partir de los años setenta.” (Despentes, 2018:120).

Entonces, afirmar la supremacía de OMGYes en cuanto a vocera de la masturbación sexual femenina sería desprestigiar los estudios de tiempos pasados desde las experiencias de otras mujeres. No obstante, sí debe tenerse en cuenta la realización de una investigación científica a gran escala de OMGYes, a sabiendas que los anteriores pudieron no haber tenido esa dimensión y que, a pesar del tiempo que pasó, *la masturbación femenina continúa siendo objeto de desprecio*. (Despentes, 2018).

Por otro lado, OMGYes presenta una cierta *romantización* de las distintas maneras de llegar al orgasmo femenino.

La palabra *romantizar*, según la RAE (2019), se define como «dar carácter romántico a algo». De esta forma, se considera que el sitio web le otorga a la masturbación esta característica: embelleciendo y adornando esta práctica íntima femenina.

Al entrar en *OMGYes*, se manifiesta desde lo visual que la masturbación es maravillosa, es aquello que le hace falta a toda mujer; el sitio web nos dice que *ya era hora de que lo probáramos*. *OMGYes* es un sitio que optó por un discurso que exalta los beneficios de la masturbación. Esa fantasía de placer continuo pretende establecerse en el imaginario de la usuaria como una realidad cotidiana y como una práctica eminentemente física.

La sexualidad continúa siendo regulada socialmente: con quién está permitido o prohibido tener relaciones sexuales, cómo llevar adelante esas relaciones:

“Cuando te vuelves una chica pública, te dan palos por todos lados, de una manera muy particular. Pero no hay que quejarse que está mal visto. Hay que tomárselo con buen humor y con distancia y tener un buen par de cojones para aguantarlo.” (Despentes, 2018:137).

En una sociedad tan crítica sobre la vida privada y las prácticas sexuales de las personas, *OMGYes* disputa el discurso de quienes consideran innecesario conocer sobre la masturbación femenina.

La masturbación es tratada como una cuestión revolucionaria pero también natural, algo necesaria de discutir, pero de lo que nadie quiere hablar. *OMGYes* agota todos sus recursos discursivos para endulzar, adornar y sonreírle a esta cuestión tan desestimada por la sociedad, intentando que todo usuario se “enamore” de la masturbación.

Además, la masturbación es representada en *OMGYes* a través de una actividad recreativa, observando videos e interactuando con un simulador con forma de vagina, en donde más de una persona puede participar. En este sentido, el aprendizaje en solitario y el conocimiento del cuerpo de una se desdibuja, y se establece la imagen de la masturbación en un lugar acogedor, sin ruidos de ambiente, donde no se encuentra nadie más que la mujer que realiza la técnica, el entrevistador y la cámara. Además, la masturbación es enseñada como una práctica socialmente realizable, como una actividad que puede ser aprendida en compañía de otro.

En la página, la masturbación ocurre en espacios luminosos, de fácil visualización, cómodos y ordenados, entre felicidad y desvergüenzas. En

cambio, la masturbación cotidiana produce, además de caras de placer, fluidos que manchan sillones y camas, caras de preocupación por algún ruido que alerte la llegada de alguien y, en ciertas personas, vergüenza por lo realizado. En *OMGYes*, la masturbación es una especie de ritual en el cual cada movimiento debe tener nombre y apellido para que la audiencia no se confunda, donde los lugares establecidos para realizar la técnica parecen combinar colores hacia una sensación de calidez. Es así como a través de sus diferentes discursos entrelazados en la interfaz de la página web, la masturbación se torna ficcional bajo la mirada de *OMGYes*.

6.2 CONSUMO DE PLACER VS PLACER EN EL CONSUMO.

A partir del recorrido efectuado, se alcanzó el objetivo propuesto: explicar la estrategia comunicacional del sitio *OMGYes*. El sitio web desempeña un tratamiento original sobre la temática antes mencionada. Realizando un análisis detallado sobre los diversos discursos presentes en la página e indagando sobre los conceptos utilizados para la exposición de esta práctica, se podría concluir que la web aporta una mirada distinta sobre la masturbación sexual femenina. Esta mirada contribuye al entendimiento del placer femenino, desmitificando el “tabú” de la cuestión y brindando herramientas para un mayor empoderamiento de la mujer.

No obstante, como todo producto de la industria cultural, al ser propuesto desde el sector privado, este saber se ve mercantilizado y se constituye en un objeto “de lujo” accesible sólo a algunas personas.

Como resultado central, se puede decir que *OMGYes* realiza la romantización de la masturbación sexual femenina y se ofrece como un bien de consumo. Sin embargo, su discurso dista de los objetivos de los integrantes del grupo, a saber, que *esta información llegue a todos*.

Desde el sitio web, se demuestra una clara preocupación en cuanto al poco conocimiento sobre placer y masturbación femenina, incentivando un modo de aprendizaje interactivo y continuo a través del proyecto transmedial *OMGYes*.

Estos saberes contribuirán en la manera en que se trata socialmente la masturbación femenina, evocando un espacio (ya no más incómodo o vergonzoso) para discutir, desarrollar y gozar de la sexualidad femenina.

7. BIBLIOGRAFÍA

Bonsiepe, G. (1999): *Del objeto a la interfase: Mutaciones del Diseño*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Boulton, M. (2009): *A Practical Guide to Designing for the Web*, en Mark Boulton Design Ltd Studio Two. UK: The Coach House.

Butler, J. (2007): *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.

Canclini García, N. (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México DF: Grijalbo.

Canclini García, N. (2007, 1 de septiembre): Leer en tiempos de iPod. *Revista Ñ*, Suplemento del Clarín.

Castells, M. (1997): *La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial S. A.

De Beauvoir, S. (2017): *El segundo sexo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Debolsillo.

De Lauretis, T. (1992): *Alicia, ya no. Feminismo, semiótica y cine*. Madrid: Gráficas Rogart S.A.

Despentes, V. (2018): *Teoría de King Kong*, Madrid: Editorial Melusina, s.l.

Domínguez, F. (2015): *Apuntes feministas sobre consumo y producción de pornografía para mujeres en la red*, Rosario: UNR.

Elizondo, I. (2008): *Internet, la gran herramienta informativa*. Bilbao: Ekamunde.

Foucault, M. (2000/1974-1975): *Los Anormales: Curso en el Colíège de France (1974-1975)*. Buenos Aires: Fonda de Cultura Económica de Argentina S.A. (trabajo original publicado en 1999).

Frutiger, A. (2007): *Signos, símbolos, marcas, señales. Elementos, morfología, representación, significación*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Gerhard, J. (2001): De vuelta a “El mito del orgasmo vaginal”: el orgasmo femenino en el pensamiento sexual estadounidense y el feminismo de la segunda ola. *Feminist Studies*, Vol. 26, núm. 2. Traducción de Cecilia Olivares Mansuy, en Debate Feminista, vol. 23, pp. 220-253, (trabajo original publicado en 2000). México DF: Centro de Investigaciones y Estudios de Género (CIEG) of the Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

González, D. (2013): *Diseño gráfico y su interacción con el diseño web*. Recuperado en marzo 2019: <https://designplus.co/es/blog-marketing-digital/disenio-grafico-y-su-interaccion-con-el-diseno-web>.

Horkheimer, M. y Adorno, T. (1988): *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas*. Buenos Aires: Sudamericana.

Lamas, M. (2002): *Cuerpo: diferencia sexual y género*. México DF: Taurus.

Laqueur, T. W. (2007): *Sexo solitario. Una historia cultural de la masturbación*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica Argentina S.A.

MacKinnon, C. A. (1982): *Feminism, Marxism, Method and the State: An Agenda for Theory*. Recuperado en octubre 2019 en De Lauretis (1992).

Martín García, T. (2011): Arte, creatividad y diseño, en Material Docente de la UOC (Universidad Oberta de Catalunya) y Material Docente de la UOC (Universidad Oberta de Catalunya). *Dirección de arte de productos multimedia*. Barcelona: Eureka Media.

Massoni, S. y Mascotti, M. (1992): Diagnóstico comunicacional. Entre la desazón de la intemperie y la euforia de la construcción. *Generación de conocimientos y formación de comunicadores*, pp. 1-15.

Massoni, S. y Mascotti, M. (1996): Un comunicador en el mundo. *Medios y Enteros*, Publicación especial de la Asociación de Graduados en Comunicación Social, Rosario.

Mateos de Cabo, R. (2007): La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: análisis de la prensa digital española. *Dirección General de la Mujer de la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid.*

Millett, K. (1995): *Política sexual.* Madrid: Ediciones Cátedra S. A., (trabajo original publicado en 1970).

Peker, L. (2018): *Putita golosa.* Buenos Aires: Galerna.

Preciado, B. (2002): *Manifiesto contra-sexual.* Madrid: Editorial Opera Prima.

Ràfols, R. y Colomer, A. (2003): *Diseño audiovisual.* Barcelona: Gustavo Gili.

Restrepo, E.: Representación, en Siglo XXI Editores, *Diccionario Estudios Culturales Latinoamericanos*, México DF: Instituto Mora.

Richard, N. (2009): La crítica feminista como modelo de crítica cultural. *Debate Feminista, Vol. 40*, pp. 75-85. México DF: Centro de Investigaciones y Estudios de Género (CIEG) of the Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Santa María, L. (2015): *La psicología detrás del diseño de logotipos.* Recuperado en febrero 2019, de: <http://www.staffcreativa.pe/blog/psicologia-diseno-de-logotipos/>.

Saussure, F. (1945): *Curso de lingüística general (Cours de linguistique générale).* Buenos Aires: Editorial Losada. S.A.

Schaufler, M. L. (2016): *La construcción del erotismo en revistas femeninas de la década del '60 en Argentina*, 2.c. Doctorado en Comunicación Social - Tesis, en RepHip UNR: <http://hdl.handle.net/2133/8514>

Scolari, C. (2008): *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de Comunicación Digital Interactiva.* Barcelona: Gedisa Editorial.

Sexe, N. (2004): *diseño.com.* Buenos Aires: Paidós.

Trebisacce, C. (2013): Ambivalencias y disputas a "la revolución sexual", "la liberación de las mujeres" y el "feminismo" entre la militancia de los años

setenta [en línea]. *III Jornadas del Centro Interdisciplinario de Investigaciones en Género*, 25, 26 y 27 de septiembre de 2013, La Plata.

Valdettaro, S. (2015): *Epistemología de la comunicación. Una introducción crítica*. Rosario: UNR Editora.

Vega Pindado, E. (2009): *Diseño y consumo en tiempo de crisis I. La desintegración de la Bauhaus, y Fundamentos de Diseño*. Recuperado en abril 2019 de: <http://www.eugeniovega.es/paidos/brand.pdf>

Verón, E. (1985): El análisis del 'Contrato de lectura, un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media, *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*, París: IREP. Recuperado en agosto 2018 de: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/14893_50030.pdf

Villafañe, J. y Mínguez, N. (2002): *Teoría general de la imagen*. Madrid: Pirámide.

Zafra, R. (2015): La censura del exceso: Apuntes sobre Imágenes y Sujeto en la Cultura-Red. *Revista Paradigma*, n° 18, pp. 1-5.

Zafra, R. (2018): Redes y (Ciber)Feminismos. La revolución de la representación que derivó en alianza. *Dígitos: Revista de Comunicación Digital*, Vol. 4, pp. 11-22.

Fuentes online

Tipografía, en: <http://typographyhandbook.com/>

Trebissace, C. en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.3425/ev.3425.pdf

She's beautiful when she's angry, en: <http://www.shesbeautifulwhenshesangry.com/roxanne-dunbar-ortiz/>

Sola me gusto, en: <https://nathashabonet.com/sola-me-gusto/>

Universo Alessandra, en: <https://www.universoalessandra.com/todo-sobre-sexo/notas-todo-sobre-sexo/sin-pareja-mantente-activa-sexualmente/>

8. ANEXO

8.1 Entrevista a Alecia Ott

Alecia Ott es una profesional que ha trabajado en justicia reproductiva y educación sexual durante más de 10 años. En *OMGYes*, sus acciones se basan en tareas administrativas que incluyen responder a los correos electrónicos del Servicio al Cliente, ayudar con la logística para las tomas de video, realizar conexiones con consejeros, educadores sexuales, terapeutas, responder a consultas de la prensa de *OMGYes*, etcétera. Las encuestas realizadas para dar vida a la temporada 1 de *OMGYes* fueron llevadas a cabo por Alecia vía Skype. Brindo el fragmento enviado en inglés por la profesional:

“Basically, I handle most of the administrative tasks here at *OMGYes*, including answering Customer Service emails, helping with logistics for our video shoots, making connections with counselors/sex educators/therapists, responding to Press inquiries, etc. I have helped with some of the surveys in the past, conducted Skype interviews with some of the women from the surveys, and more. ¡I like to call myself a Jane-of-all-trades!

I've worked in reproductive justice and sexual education for over 10 years now: a few things I've done include being a Co-Captain for a couple campaigns for Women on Waves (in Mexico and Guatemala), taught sex-ed in high schools with Planned Parenthood, and was a year long abortion doula with Fondo MARIA in Mexico City.”

Luego de reiteradas conversaciones vía mail, Alecia me requirió preguntas concisas para ella poder responder, en lugar de una entrevista vía Skype como se había planificado en noviembre de 2018 cuando comenzó este acercamiento. La última pregunta no fue contestada por la entrevistada.

1) *Where does the idea of the investigations come from?*

Good question! In short, curiosity was the principal motivator. To explain a bit more, Lydia Daniller and Rob Perkins started *OMGYes* after a decades-long friendship. A lesbian and a straight guy, the two met in college where conversations about sex led to a realization: in an era that's seemingly so progressive, women's sexual pleasure is still incredibly taboo. There didn't even seem to be words for the specific things women find pleasurable. They looked for resources and were saddened to find out that even academics and scientists

hadn't researched the details. What started as a series of interviews grew beyond their expectations as so many women were eager to share their stories and insights.

2) Why does the first season it's about touching and the second of penetration? How did you get to that hierarchy?

Well, we are not trying to create a hierarchy, but there's so much to explore and we needed to start somewhere. In our Season 1 research, we discovered 73% of women have orgasms and more pleasure with penetration techniques that aren't 'regular' in-and-out thrusting. So, of course we wanted to investigate what these techniques are!

To find out, we conducted a nationally representative study of 3,017 women, ages 18-93, in partnership with researchers at Indiana University School of Medicine. We also did one-on-one interviews with over 2000 women and surveyed over 14,000 more. That's how we came up with Season 2!

Season 3 is in production and explores creative techniques women have discovered to get the most pleasure from sex toys and household objects. We're very excited to be doing the first-ever research on this topic.

We're also producing two free-to-access Seasons. One will focus on re-finding pleasure and intimacy in a life marked by trauma or abuse. The other will focus on pleasure for those who have experienced FGC/FGM (female genital cutting / mutilation.) We also have teams researching a set of Seasons about men's sexual pleasure and another working on trans sexual pleasure.

3) Why show the techniques by video and not in other way like, for example, audio guide?

Simply put, showing what feels good is easier to understand than just hearing or reading the same thing. Subtle variations in pressure or angle or consistency actually feel really different. What one woman calls a 'circular motion on the clit' could actually hurt for another woman who also likes a 'circular motion on the clit.' So having videos with real women, not actresses, demonstrating and explaining the techniques themselves was important to us. You really do have

to get up close and actually see what the variations are — and why they feel so different.

Season 1 also includes 11 touchable videos, which allow users to practice techniques they've just learned on a touchscreen or computer. That just couldn't happen in a book or with audio. Each of the women in Season 1 collaborated with our engineers to create a coded model of her preferences, reactions, and sensitivities. As you touch her simulation, you get the kinds of feedback she'd give, in her voice.

The simulations are a way of modeling different ways women actually give feedback to guide their partners to what feels best for them. This turns out to be the most important 'technique' of all when it comes to women's pleasure - guiding, suggesting, experimenting, listening and responding in real-time. (It's also a part of sex completely missing from sex scenes in TV/movies/porn!).

4) How did you get with the identity of OMGyes? Which image did you want to give to the audience?

The company was originally called “Her Sake Project” but once we realized our research and content is helpful for women, men, and couples, we came up with OMGyes. "OMG Yes" is a commonly used shortening of "Oh My God Yes!" in English. It's what someone says to exclaim pleasure and delight in and out of the bedroom.

6) How you describe the public you want to get?

OMGyes is for anybody who cares about women's sexual pleasure and wants to explore it even more. Around half of our users are women and half men. Some people use it alone, some use it together with their partners.

7) Which is your idea of woman? as you represent an source of sexual female information.