



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD IZTAPALAPA
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
POSGRADO EN CIENCIAS ANTROPOLÓGICAS**

**La industria cultural pornográfica digital:
Las modelos de cámara web del sitio *My Free Cams.com***

Rodrigo Alpízar Jiménez

Tesina de Maestría en Ciencias Antropológicas

Director: Dr. Rodrigo Díaz Cruz

Asesores: Dr. Héctor Daniel Guillén Rauda

Dra. Anne Warren Johnson

Agradecimientos

En primera instancia agradezco a Dios por todo, particularmente por darme la oportunidad de estar viviendo esta aventura académica que para mí ha sido realmente fascinante.

Quisiera exponer también mis más sinceros y profundos agradecimientos; en primer lugar, para mi madre y mi abuela, Claudias las dos, porque sin su cariño, apoyo y soporte interminable nada de esto hubiera sido posible. A Adriana por su amor, su confianza, por acompañarme en este viaje y por no perder jamás la fe en mí. A Diego por motivarme y siempre creer en mí, y a Diana por alentarme y estar pendiente de mí. También agradezco a Gilberto y a Lourdes, y por supuesto a Otilia y a Pablo, todos ellos piezas fundamentales para poder ir detrás de mis sueños desde hace muchos años ya.

Le doy las gracias también a mi director de tesis, el Dr. Rodrigo Díaz Cruz, por brindarme el honor de ser su alumno. Por haber confiado en mi propuesta, por sus sabios y acertados consejos y porque en todo momento me hizo un espacio en su agenda para ayudarme con lo que se requiriera, siempre con amabilidad y gentileza. Agradezco a la Dra. Anne Johnson Warren por haber aceptado la invitación para unirse a nuestro comité y por sus sugerencias tan atinadas en pro de la investigación.

A la Dra. María Eugenia Olavarría le doy todas las gracias porque fue ella quien desde el inicio me dio la oportunidad de formar parte de su proyecto. Fue quien creyó en mí y en mi propuesta, y me permitió seguir aprendiendo a su lado aún terminada la investigación, lo que representó una ayuda inmensa para mí. Ella siempre estuvo al pendiente de mi situación desde que inicié el trayecto hacia la maestría y me ha brindado confianza y seguridad en momentos complicados. Por eso y mucho más mi más grande aprecio... le estaré siempre agradecido.

Una mención, reconocimiento y eterno agradecimiento súper especial para quien considero a estas alturas mi mentor. El Dr. Héctor Daniel Guillén Rauda. Desde que nos conocimos gracias a la Dra. Olavarría siempre ha sido mi guía y me ha cobijado. Él me motivó hace un par de años a seguir preparándome en la disciplina antropológica, respaldando mis propuestas que para muchos están muy alejadas de lo tradicional, y a pesar de eso todo el tiempo ha estado ahí, leyéndome, corrigiéndome, aconsejándome, aportando increíbles ideas y dándome una ayuda honesta y fundamental. En definitiva el profe siempre será una parte indispensable en mi formación, y le doy las gracias porque sé que en cualquier momento puedo contar con él a pesar de la distancia y lo considero alguien sumamente importante para mí. Gracias a él por siempre estar al pendiente de Adriana y de mí.

También quiero agradecer al Dr. Pablo Castro, pues fue él quien me otorgó el cambio de carrera y me permitió dar mis primeros pasos por la antropología en la UAM Iztapalapa. Al día de hoy siempre es una persona a quien saludo con gusto, agradecimiento y calidez por ese detalle que tuvo conmigo.

Quisiera reconocer también a las cuatro personas que con sus testimonios hicieron posible el desarrollo de esta tesina. Sin su confianza y sin sus aportaciones, hubiera sido sumamente complicado dar forma y empezar a construir esta propuesta. A ellos cuatro también mis más sinceros agradecimientos.

Por último, pero no menos importante, agradezco al personal académico y administrativo del departamento de antropología. Especialmente a la Dra. Alicia Castellanos, al Dr. José Manuel Escalante, al Dr. Eduardo Nivón, al Dr. Luis Reygadas, a la Mtra. Nancy Flores y a Soco, ya que siempre he recibido un trato amable, respetuoso y cordial de su parte, algo que valoro demasiado.

Gracias todas, gracias siempre.

Índice

Introducción	6
1. La industria de la pornografía como parte de la industria del sexo.....	18
1.1 Trabajo sexual/trabajador sexual	18
1.2 La industria del sexo	20
2. La pornografía como industria cultural.....	22
2.1 Industria cultural.....	23
2.2 Grupos públicos de interés.....	24
2.3 Apuntes sobre la pornografía.....	25
2.4 Consumo y pornografía	28
3. El desarrollo de la tecnología que dio paso al internet	32
3.1 Breve historia del internet.....	32
3.2 Etapas del internet.....	34
3.3 ¿Democratización de internet?.....	35
3.4 Web 3.0	36
3.5 El filtro burbuja	38
3.6 La economía en el mundo digital	39
3.7 Capitalismo electrónico-informático	40
4. La pornografía en su tránsito hacia el advenimiento digital	43
4.1 La pornografía como un producto comercial masivo	43
4.2 <i>Hiperespecialización</i> y tipos de pornografía.....	47
5. Pornografía convencional y pornografía en internet.....	50
5.1 Cambios en la producción y distribución de pornografía gracias al internet.....	50
5.2 Medios de comunicación y pornografía. <i>Pornoesfera</i> y <i>porno chic</i>	53
5.3 Representación del cuerpo en internet	61
5.3.1 El cuerpo fragmentado	63
6. ¿Nueva pornografía o Ciberpornografía? Pornografía en internet	69
6.1 La nueva pornografía	69
6.2 Ciberpornografía	72
6.3 <i>My Free Cams.com</i>	75

6.3.1 Modelos de cámara web en <i>MFC</i>	75
6.3.2 Lineamientos impuestos por <i>MFC</i> a las modelos	79
6.3.3 Usuarios: primero invitados y luego miembros.....	80
6.3.4 Cómo gastar <i>tokens</i> en <i>MFC</i>	81
6.3.5 Lineamientos impuestos por <i>MFC</i> a los miembros.....	82
6.4 <i>MFC</i> ¿un sitio porno?.....	84
7. La pornografía como una industria cultural digital	87
7.1 La industria cultural y la industria creativa	87
7.2 Industrias creativas digitales y pornografía	88
7.3 Organización de las industrias creativas en cuatro tipos	92
7.4 Autonomía creativa: Modelos web y el porno <i>amateur</i>	112
8. El negocio del porno en internet	114
8.1 La importancia de la publicidad	116
8.2 Modos tradicionales del porno para generar ganancias.....	119
8.3 Disputas por la propiedad intelectual del porno en internet.....	122
Bibliografía	124
Páginas Web Consultadas	133

Introducción

Dentro del vasto universo del internet es posible encontrar páginas de muy diverso contenido que segundo a segundo son consultadas por usuarios provenientes de distintos lugares del mundo. Particularmente, aquellos sitios dedicados a ofrecer entretenimiento para adultos son bastante populares y han sufrido modificaciones sustanciales con el paso de los años. El mismo desarrollo de internet y de las nuevas tecnologías de la información han propiciado que personas que carecen de una preparación profesional en el ámbito pornográfico actualmente aprovechen las distintas plataformas que están a su alcance para hacer una *autopromoción* de ellos mismos, tanto en las redes sociales como en las páginas destinadas a ofertar contenidos pornográficos *amateurs* o de modelos de cámara web¹.

La presente investigación está enfocada en el análisis del sitio web para adultos llamado *My Free Cams.com (MFC)*, mediante el cual ejemplificaremos y propondremos respaldar la idea de concebir a la pornografía -que desde hace algunas décadas se distribuye por internet- como una industria cultural digital, basándonos primero en la definición de industria cultural y después en la de industria creativa digital. Parte fundamental de este estudio consiste en lograr un primer acercamiento etnográfico a las dinámicas que son características del sitio *MFC* y que se asemejan a otras páginas de modelos de cámara web y de contenido *amateur*. Para que esto sea posible, nos apoyaremos en el testimonio de primera mano de una mujer mexicana -a quien haremos referencia de ahora en adelante con el nombre de Andy- que se desempeña desde hace algunos años como modelo webcam. También recuperaremos las opiniones de tres usuarios de dicha plataforma que no harán más que enriquecer las descripciones que hagamos de ésta.

¹ En el capítulo sexto ofreceremos una explicación detallada de lo que se entiende por una modelo de cámara web.

Con el propósito de llevar a buen término nuestra propuesta es necesario hacer ciertas puntualizaciones antes de continuar. Esta primera entrega se inclina fuertemente hacia el análisis del fenómeno pornográfico en internet, del cual forman una parte importante los sitios como *MFC*, destinados a promocionar, difundir y obtener beneficios de las transmisiones que llevan a cabo las personas que se desenvuelven como modelos de cámara web. La razón por la cual se decidió hacer esto de inicio, responde a que en conjunto con el director y los asesores del proyecto acordamos establecer una posible relación entre la pornografía en internet y este tipo de contenidos.

En consecuencia, consideramos preciso indagar primeramente si es que el fenómeno pornográfico que se encuentra disponible en internet puede ser enmarcado como una industria cultural digital a partir de las características que son propias de estas industrias. Otras de las tareas que nos proponemos abordar en este análisis son las de situar a la industria de la pornografía como un subconjunto de una industria que todavía es mayor: la industria del sexo, y explorar algunos elementos centrales constitutivos de la pornografía en internet, distinguiéndola de lo que comúnmente se conoce como pornografía convencional.

El trabajo parte del supuesto de que la pornografía no sólo puede ser considerada como una industria cultural dados los significados que transportan sus múltiples expresiones, pues gracias a una de sus mayores características, que es la de la innovación (Guillén, 2013), se ha sabido valer de los recursos y desarrollos tecnológicos de los que dispone para transitar hacia lo que consideramos hoy en día como una industria cultural digital. Prueba de este exitoso salto hacia lo digital es la creación y la conformación de las páginas dedicadas a promover a I@s modelos de cámara web, que cuentan con millones de usuarios que frecuentan estos sitios cotidianamente.

La estructura de este texto consta de ocho capítulos. El primero corresponde a la inclusión de la industria de la pornografía como un subconjunto derivado de la

industria del sexo. También se incorporan ideas importantes como la definición de trabajo y trabajador sexual.

La pornografía como una industria cultural es el tema que se desarrolla en el segundo capítulo. Aquí se presenta la propuesta de observar a los grupos públicos de interés (Pinch y Bijker, 1984). A la par, emprendemos un trayecto por algunas características que hacen posible concebir a la pornografía y sus múltiples manifestaciones como una industria cultural.

El capítulo tercero ofrece un recorrido por las tecnologías que han dado lugar a lo que hoy en día conocemos comúnmente como internet. Aunque puede parecer que esta parte y sus apartados correspondientes desvían un poco la atención puesta hacia el fenómeno pornográfico y su carácter de industria cultural, creemos necesario presentarlo ya que se incluyen puntos cruciales que amplían el entendimiento del contexto en el que surgen las distintas dinámicas -económicas y sociales- que presentamos a lo largo del texto.

Gracias al marco contextual que obtenemos del capítulo tercero, es factible mostrar cómo la pornografía ha transitado con éxito hacia el entorno digital para confirmarse como un producto comercial de masas. Esto se argumenta a lo largo del capítulo cuarto, y es trascendental dado que se van sentando los precedentes que más tarde nos darán la oportunidad de proponer a la pornografía como una industria que aparte de ser cultural, también es digital.

Abordar la distinción entre la pornografía convencional y la pornografía en internet es el tema que se expone en el capítulo quinto. A partir de estas diferencias y de las nociones de *pornoesfera* y *porno chic* (McNair, 2004) nos dirigimos hacia uno de los asuntos elementales sobre el cual profundizaremos más conforme avance esta investigación: el cuerpo y las representaciones que se hacen de éste gracias a las innovaciones tecnológicas disponibles hoy en día.

Para el capítulo sexto presentamos la descripción de los aspectos más generales que configuran al sitio *My Free Cams.com*. Esta exploración de *MFC* resulta de especial utilidad para emplear varias de sus dinámicas como ejemplos concretos

que conectan de buena manera con ciertas características de las industrias culturales digitales. Además, planteamos la idea de concebir a este sitio como una parte importante de la amplia oferta pornográfica que se encuentra distribuida en internet.

El capítulo siete atiende la propuesta clave de este proyecto: asumir a la pornografía como una industria cultural digital. Para llevar esto por buen camino nos apoyamos de los cuatro puntos característicos de las industrias creativas digitales, en los cuales vamos introduciendo ejemplos y testimonios que sostienen y argumentan nuestra propuesta. Puede parecer que esta parte debería haberse presentado desde un inicio, pero consideramos que tener claros los temas tratados en los capítulos que anteceden a éste haría más sencilla la tarea de comprender los ejemplos que aquí ofrecemos.

Por último, en el capítulo octavo recuperamos algunas de las formas en las que la pornografía genera sus ganancias, en parte gracias a su exposición en el ecosistema digital, sin dejar atrás ciertos modos que se perciben como más tradicionales pero que continúan fortaleciendo económicamente a la industria.

Como se observará, algunas reflexiones contenidas en este trabajo aún no encuentran un cierre o conclusión definitiva, por lo que no hay un apartado destinado a ello. Esto obedece a que el escrito aquí presentado es parte de una investigación que todavía está en curso, por lo que aquí mostramos los primeros avances y propuestas que permitirán dar un mejor sustento a los hallazgos que están por venir.

Es preciso señalar que en México el fenómeno de los modelos de cámara web es un tema que no ha sido atendido desde una perspectiva que corresponda a las ciencias sociales. La idea se encuentra más desarrollada entre diversas publicaciones en blogs, artículos de opinión y notas periodísticas que han tocado el tema. Del mismo modo encontramos “manuales” enfocados en “guiar” e “instruir” a las personas que desean convertirse en modelos de cámara web, los cuales también están disponibles en internet.

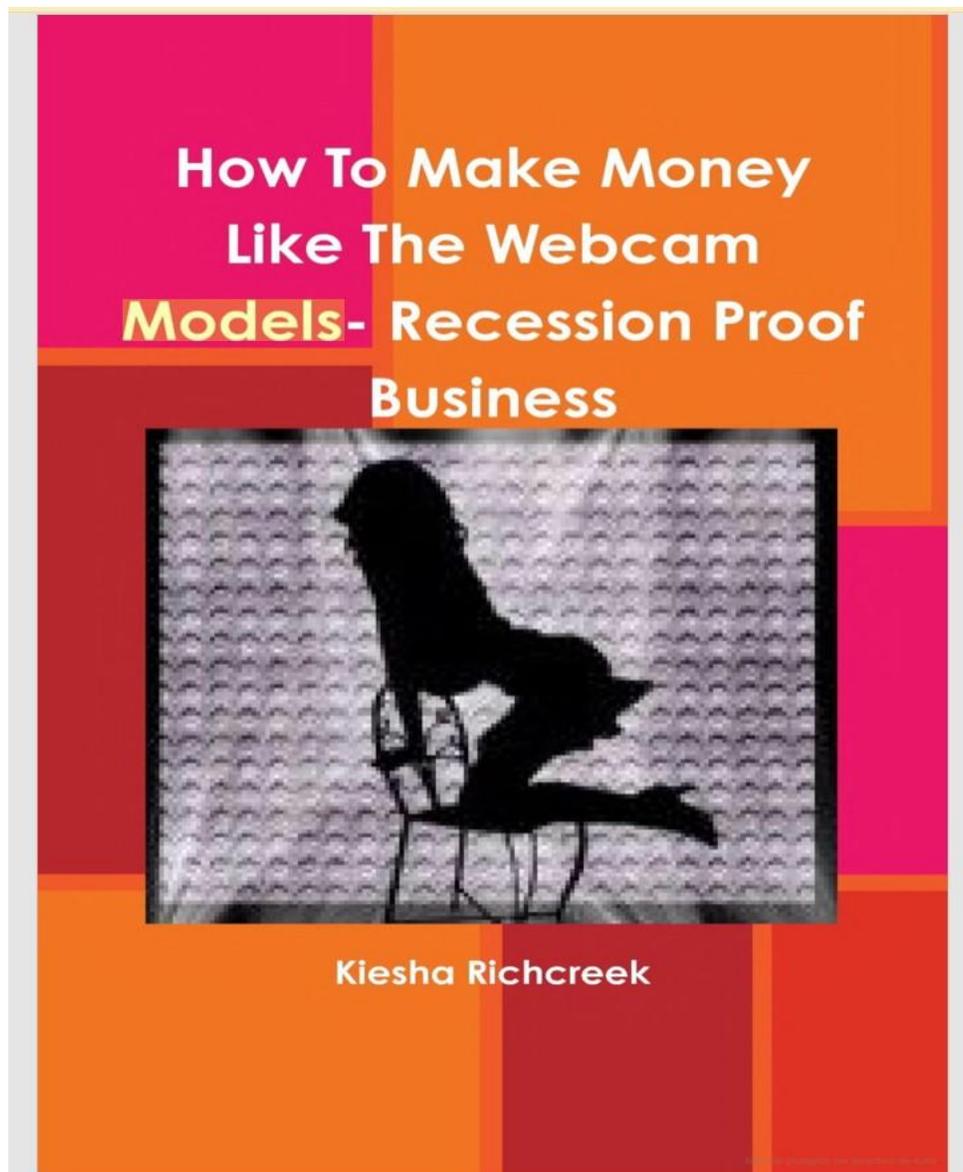


Ilustración 1. Ejemplo de uno de los manuales disponibles en internet para "guiar" a los aspirantes a modelos de cámara web. Fuente books.google.es

Algunos de estos contenidos y otros tantos sirvieron como apoyo para encaminar partes específicas de este trabajo y se encuentran citados en la bibliografía, en caso de que se les desee consultar.

Al estar enfocados en aspectos que podríamos catalogar como más teóricos, llevamos a cabo la revisión profunda de varios textos académicos y de divulgación general relacionados sobre todo con la pornografía, el comercio sexual, la prostitución y la industria del sexo. Asimismo, consultamos trabajos dedicados al estudio y al análisis de las industrias culturales, las industrias creativas digitales y el entorno digital en general. Esto con el fin de hacer un marco contextual lo suficientemente robusto que permitiera encuadrar el fenómeno de la pornografía -y por ende de las páginas de modelos de cámara web- en el ciberespacio². Por lo tanto, creemos que nuestra propuesta, al tratar asuntos relacionados con la sexualidad, las industrias culturales y la tecnología, podría constituir un aporte a la disciplina antropológica.

Ciertamente la construcción de este proyecto le otorga un gran peso a la revisión literaria, pero eso no impidió la aplicación de la técnica más importante y distintiva de la antropología: la observación participante. Gracias a los medios digitales por los cuales recopilamos datos etnográficos independientes a los encontrados en las publicaciones textuales, sugerimos que esta técnica no quedó excluida en su totalidad.

La observación participante se efectuó constantemente en el sitio *My Free Cams.com* y en el espacio físico desde el cual Andy realiza sus transmisiones habitualmente. A causa de esto se logró no sólo observar las dinámicas que surgen cotidianamente en el sitio previamente señalado entre usuarios y modelos, sino la interacción con algunos usuarios a través de este medio, hecho que nos permitió conocer sus perspectivas directamente y plasmarlas en este trabajo. Cabe señalar que en el transcurso de este texto se profundizará en determinados aspectos de las dinámicas que caracterizan a *My Free Cams.com*, así que la descripción de algunas cuestiones será todavía más honda y detallada conforme se avance en la lectura de los capítulos y apartados que estructuran esta propuesta.

² Regil plantea que el ciberespacio “es esa dimensión donde convergen las tecnologías digitales, ese entretejido que se expande dentro, detrás y más allá de la pantalla. Es el espacio donde se entrelazan las redes de internet” (2004 en Martínez Hernández et al. 2014, p.71).

Como parte de la justificación de estudiar los espacios virtuales desde la antropología, es factible retomar a Tom Boellstorff, quien luego de haber hecho una etnografía bastante rica inspirada en el mundo virtual de *Second Life* (2008), recomienda la pertinencia y relevancia social de observar y analizar las prácticas que surgen en las plataformas virtuales³ a través de las propias experiencias de los protagonistas, puesto que la sociabilidad en estos entornos “se desarrolla en sus propios términos, y si bien es cierto que hace referencias constantes al mundo real y permanece vinculado a éste, no es simplemente un derivado o extensión de él” (Boellstorff, 2012, p.63).

Los espacios virtuales -como serían *Second Life* y *My Free Cams.com* en nuestro caso- son construcciones sociales (Pearce, 2009) que poseen características únicas y un significado social que no depende de una relación directa con la realidad fuera de línea⁴. “La individualidad, las amistades, el género, la sexualidad, las fantasías y hasta las modificaciones corporales y de personalidad se están reconstruyendo constantemente en ellos” (Boellstorff, 2008, p.238). Siendo así es correcto proponer que las relaciones sociales, las transacciones económicas y para el caso particular de *MFC* la búsqueda del placer sexual -que constituye si no la base, uno de los pilares fundamentales que sostienen este y otro tipo de sitios para adultos en internet- por parte de los usuarios, pero también de las modelos, “forman parte de una realidad social que une a los espacios virtuales con lo real” (Boellstorff, 2008, p.245). En un entorno como el que aquí hemos descrito, se pueden formar vínculos que los usuarios y las modelos “consideran igualmente auténticos, si no

³ En el capítulo 5 de su obra, Boellstorff dedica unos párrafos que ejemplifican cómo ciertos usuarios de *Second Life* que cuentan con alguna discapacidad física en la realidad fuera de línea tienen la oportunidad de crear avatares en el mundo virtual que pueden –o no- hacer referencia a sus discapacidades. Aún más, estas personas encuentran en *Second Life* un lugar para expandir sus relaciones sociales, cuestión que en el mundo *offline* les resulta un tanto más complicada al sufrir ocasionalmente discriminación o rechazo dada su condición física. Esto nos permite observar el significado social que para los usuarios adquieren los mundos virtuales y que no dependen totalmente de una relación directa con esa realidad que está fuera del espacio virtual.

⁴ Boellstorff señala que el mundo real es aquel que se encuentra fuera de la pantalla de los dispositivos mediante los cuales las personas pueden ingresar a los mundos virtuales. Por ello decidimos referirnos a él como la realidad fuera de línea o mundo *offline*, que alude al momento en el que un usuario cierra la sesión de su cuenta y no está participando de los mundos o los espacios virtuales a los que pertenece.

más, que los vínculos que se forman en la vida cotidiana fuera de línea [*offline*]" (Pearce, 2009, p.24).

Acerca de esta especie de oposición que suele presentarse entre lo real y lo virtual, Aguilar (2017) también retoma a Boellstorff (2016) y resuelve que lo virtual se considera como real "pues todo lo que acontece en los mundos virtuales como aprender idiomas, [invertir, gastar] o perder dinero a través de plataformas *online* no es para nada "irreal", de tal forma que es preciso comprender cómo la realidad se presenta de diversas maneras en y a través de lo digital" (2017, p.123). No cabe duda de que en los espacios virtuales encontramos constantes referencias a la realidad fuera de línea⁵, pero la sociabilidad del mundo *offline* no necesariamente explica la sociabilidad y los acontecimientos que surgen y tienen lugar específicamente en el mundo virtual -*online*-. Estas ideas se verán reflejadas con mayor claridad cuando sea el turno de ajustar determinados aspectos de la pornografía en internet a los cuatro puntos característicos de las industrias creativas digitales, pero nos parecía esencial presentarlas con anticipación.

Antes de entrar de lleno con nuestro análisis es importante introducir a quienes han sido los actores involucrados directamente en las dinámicas de *MFC*, en razón de lo cual daremos algunos puntos descriptivos acerca de las personas que conocen y que han sido protagonistas del tema, específicamente de una mujer y tres hombres, quienes participan como modelo y miembros de la plataforma, respectivamente. Es preciso apuntar que, por respeto a las peticiones que ellos mismos nos hicieron, hemos decidido cambiar sus nombres para no revelar su identidad, lo que no afecta de ninguna manera la información que nos proporcionaron.

⁵ Uno de los elementos fundamentales para la construcción de la realidad es el tiempo, que tanto en *Second Life* como en *MFC* está presente y está sincronizado con el horario del mundo fuera de línea. En ambos casos con el tiempo estándar del pacífico.

Andy es una mujer mexicana de 29 años de edad. Hoy en día estudia un posgrado en una universidad pública en México y lleva desempeñándose como modelo de cámara web desde hace aproximadamente tres años, aunque ella misma reconoce que ha sido muy intermitente en esta tarea, pues con los asuntos académicos que debe atender en la actualidad, ha visto interrumpida la frecuencia con la que ella “se conectaba” para transmitir en *MFC*. Según nos comparte,

“Empecé a laborar en *MFC* a partir de las pocas oportunidades que tenía para ejercer en lo que me preparé, o por la poca paga que iba a obtener por trabajar largas jornadas. Este empleo [de modelo de cámara web] ha sido una manera de ayudarme para mantenerme desde que terminé la universidad y como un extra ahora que estoy en el posgrado. Yo decido sobre mis horarios de trabajo y el tiempo que le destino a cada transmisión que hago. También decido sobre los costos y las cosas que estoy dispuesta a hacer ahí” (Andy, 2019).

Aunado a los beneficios que el ser una modelo de cámara web en *MFC* le ha brindado, ella nos menciona que,

“A veces la decisión de ejercer este tipo de empleo no responde totalmente al factor económico, aunque claro que es atractivo e importante. Esta decisión también puede surgir por curiosidades que se presentan en la vida sexual de las personas, con explorar pero también con satisfacer tu sexualidad. El trabajar en este ambiente también me ha permitido conectar con personas de otras partes del mundo que me muestran los estilos de vida que ellos llevan, las razones por las que llegaron a *MFC* y cómo eso ha impactado en sus vidas y hasta en sus relaciones con otras personas fuera de la página” (Andy, 2019).

La manera en la que ella realiza sus transmisiones es desde una de las habitaciones de su hogar, únicamente equipada con su computadora personal que cuenta con conexión a internet y una cámara web integrada, su teléfono móvil, la luz de una lámpara y una serie de posters y afiches diversos que decoran las paredes de su pieza. Relacionemos esta pequeña descripción con lo que David Morley (2008) concibe como “ecosistemas de tecnología”, y que Rodrigo Díaz y Rodrigo Roque (2014) plantean como “ecosistema doméstico de tecnología”. Estos autores observan que las tecnologías son un componente importante en la configuración de una casa y que la esfera doméstica se ha mediatizado al integrar a sus espacios domésticos dispositivos que van desde módems que permiten la conexión a internet a distintas velocidades, televisiones inteligentes, lavadoras, celulares, computadoras personales y tabletas, por señalar sólo algunos. Es interesante esta propuesta ya que aplicaría para el caso de Andy, pues tal como lo señala Morley “las personas son percibidas como operadoras de tecnología. Pueden utilizar los dispositivos de formas distintas y pueden tener distintos efectos, creando redes de conexión [que van más allá de los miembros de la familia] gracias a las formas virtuales de contacto” (2008, pp.131-132).

Como operadora de tecnología, Andy tuvo que desarrollar nuevas habilidades, pero una de las principales fue la de familiarizarse y aprender a manejar -a través de su computadora personal y de su teléfono móvil- el software que diseñó -y que se actualiza periódicamente- el sitio *MFC* para que las modelos realicen sus transmisiones. Por supuesto esta idea no se limita exclusivamente al caso de Andy, ya que todas las mujeres que se decidan por llevar a cabo transmisiones desde *My Free Cams* tendrán que pasar por el mismo proceso, al igual que los usuarios, por lo que el concepto de ecosistema doméstico de tecnología opera en un nivel micro y nos permite observar esta situación, mientras que la idea de ecosistema digital⁶ estaría presente en una dimensión macro en el ciberespacio.

⁶ Para este trabajo, el ecosistema digital es un concepto que define un “nuevo contexto industrial, de impacto económico y social resultante de la adopción masiva de tecnologías digitales de información y comunicación, específicamente de internet. Estos cambios conllevan una transformación en cómo firmas [*empresas*] participantes en la producción de bienes y servicios digitales se interrelacionan para ofrecer una proposición de valor al mercado” (Katz, 2015, p.5).

Más aún, Andy también ha logrado incrementar sus redes de contactos gracias a su desempeño como modelo de cámara web. Ella nos confiesa que bloquea a los usuarios mexicanos y latinos, debido a que, acorde a su experiencia, “casi nunca quieren pagar y si se enteran que eres de México comienzan a hostigarte para averiguar más sobre ti” (Andy, 2019). Es por ello que la mayor parte de los miembros que se han convertido en sus “amigos” con el pasar del tiempo provienen de Estados Unidos y algunos países de Europa, específicamente del Reino Unido, algo que tal vez no hubiera sucedido si no fuese por las ventajas que le ha brindado la adquisición de ciertos recursos tecnológicos, su utilización y su buen manejo del idioma inglés.

Por su parte, los usuarios que aceptaron colaborar con este proyecto son tres hombres que llevan algunos años siendo “miembros premium” de *My Free Cams.com*.

Tom tiene 34 años. Es originario de Inglaterra pero actualmente reside en una pequeña ciudad de Gales. Trabaja como director financiero de una importante empresa dedicada al ramo de la construcción en el Reino Unido y Alemania. Lleva cinco años como miembro de *MFC* aunque reconoce que últimamente ha dejado de frecuentar la página.

Dan es un hombre que ronda entre los 30 y los 40 años de edad. Al igual que Tom es originario del Reino Unido y se desempeña como personal de una empresa que se sitúa en el rubro de los alimentos y la gastronomía. Él nos comenta que no recuerda exactamente la fecha en la que ingresó a *MFC*, pero es consciente de que fue de los primeros amigos que hizo Andy en la plataforma, por lo que lleva más de tres años siendo miembro activo de ésta.

Finalmente Steve cuenta con 45 años cumplidos. Actualmente reside en Philadelphia, Estados Unidos, y ha tenido distintos trabajos, casi todos ellos relacionados con la informática y la computación. Steve es miembro de *MFC* desde el año 2013 y visita el sitio varias veces a la semana.

Las aportaciones que estas cuatro personas hicieron resultaron de suma valía para la construcción de los datos empíricos que conforman este trabajo, los cuales estarán presentes en las siguientes páginas tal como se podrá observar. Sin más que agregar, a continuación nos disponemos a entrar de lleno con el análisis que estructura la columna vertebral de esta propuesta.

1. La industria de la pornografía como parte de la industria del sexo

Para comenzar, hay que señalar que si bien la pornografía puede considerarse como una industria que se ha constituido como tal por sí misma debido a su fuerte capacidad comercial y de innovación -fundamental para su vigencia y su presencia en distintos espacios-, ésta pertenece a una industria todavía más grande que pocas veces es tomada en cuenta: la industria del sexo. En este capítulo describiremos las principales características de esta industria para comprender cómo la pornografía se inserta y está presente en ella.

La prevalencia de distintos trabajos que atienden asuntos relacionados con la sexualidad humana percibida como mercancía, y que provienen en su mayoría de varias disciplinas entre las que destacan la psicología, la comunicación y en menor medida la sociología, suelen relacionar a la industria del sexo con la prostitución tratándolos incluso como si fueran sinónimos, dejando así toda una serie de servicios fuera del foco de atención.

1.1 Trabajo sexual/trabajador sexual

Antes de profundizar sobre la industria del sexo y sus componentes es imprescindible comprender lo siguiente. Autores como Altman (2001) sugieren el uso del término “trabajo sexual/trabajador sexual” con el propósito de apartarse de las connotaciones negativas, mitos, cargas morales y estigmas sociales que recaen frecuentemente encima de la idea de la prostitución. De acuerdo con Teodora Hurtado Saa, se percibe al trabajo sexual “como una actividad productiva que es parte de la relación capital/trabajo, y que tiene al cuerpo como escenario [principal] para la producción, distribución, circulación y consumo de las mercancías sexo-afecto” (2017, p.38). Para la autora el trabajo sexual no implica únicamente la comercialización de servicios sexuales, puesto que se prestan servicios emocionales, afectivos y de cuidado, en virtud de lo cual existe un ejercicio de “labores emocionales y hasta de servicio” (Hurtado Saa, 2017, p.35) que muy

probablemente estarán presentes en el contexto de las modelos de cámara web. Esta actividad –trabajo sexual- es generadora de ingresos y representa una forma de empleo para mujeres y hombres en distintos contextos y en diversas modalidades (Altman, 2001).

En relación con Altman y Hurtado Saa, Ronald Weitzer, por su parte, menciona que el trabajo sexual es “un intercambio de servicios, actuaciones o productos sexuales que se llevan a cabo con el propósito de obtener una compensación material” (Weitzer, 2010, p.1). Este trabajo sexual puede incluir actividades de dos tipos principalmente: aquellas que implican el contacto físico directo entre compradores y vendedores, al igual que la prostitución; así como las actividades de estimulación sexual indirecta, que corresponderían a la pornografía, desnudez, sexo por teléfono, espectáculos de sexo en vivo y actuaciones eróticas de cámaras web (Weitzer, 2010). Siendo así, la prostitución pasaría a formar parte de un tipo particular de trabajo sexual, mas no se asumiría como una categoría que englobe y describa en su totalidad al trabajo ni a la industria sexual.

En un contexto en el que se sobrevalora el consumo “es lógico que los cuerpos, las sensaciones y las emociones también se conviertan en mercancías” (Phillips, 2015, p.77). A pesar de lo cual, colocar al sexo y a los afectos dentro de la esfera del mercado no es una tarea sencilla de asimilar, ya que éstos “suelen estar culturalmente asociados a una esfera no comercial con sentidos de amor y de intimidad” (Morcillo y Justo von Lurzer, 2012, pp.1-2). Por ello, los marcos culturales en los que el placer, el atractivo sexual y erótico se materializan y se convierten en mercancías⁷ condicionan y también estigmatizan los intercambios comerciales que giran en torno al sexo (Salcedo Fernández, 1986; Morcillo y Justo von Lurzer, 2012) y a quienes participan de éstos, cuestión que resulta vital para nuestra investigación, y que desentrañaremos en los siguientes párrafos.

⁷ “El *hiperconsumo* busca en menor medida tener productos como propiedad acumulada y más como una multiplicación de experiencias, sensaciones y nuevas emociones” (Lipovetsky, 2006, p.6 en Phillips, 2015, p.77) idea que conecta con la multiplicidad de experiencias y espectáculos que se ofertan dentro de la industria del sexo.

De momento, hacer uso de la propuesta de trabajo sexual permite visibilizar y reconocer aquellas relaciones que hacen posible la producción del comercio sexual, entendido como el conjunto de transacciones que se dan en torno a la compraventa de servicios sexuales-afectivos en un contexto de mercado (Hurtado Saa, 2017; Lamas, 2017). Los prestadores de estos servicios, consumidores y hasta empresarios juegan un papel central en dichas relaciones, pues son los trabajadores sexuales – usualmente bajo el cobijo de compañías formales o informales, legales o ilegales- quienes buscarían captar la atención y cubrir parcial o totalmente las demandas, deseos o fantasías de los clientes a cambio de un pago (Hurtado Saa, 2017). Este es el circuito que describe claramente cómo funciona el comercio sexual.

1.2 La industria del sexo

La comercialización del sexo, entonces, se traduce en un fenómeno de mayores alcances, “que responde a intereses individuales y colectivos, encaminados a producir ingresos y obtener beneficios en una estructura económica organizada” (Hurtado, 2017, p.40) compuesta a su vez, por una amplia y variada gama de productos y servicios: la industria del sexo. Cabe recalcar que en este negocio no sólo participan prestadores de servicios y usuarios. La industria del sexo también hace referencia “a los trabajadores, gerentes, propietarios, agencias, clubes, asociaciones comerciales y de mercadeo que están involucrados en el comercio sexual, tanto en sus variedades legales como ilegales” (Weitzer, 2010, p.1). Es así que la colaboración y contribución de actores sociales y actividades que parecerían muy distantes al comercio sexual representan factores indispensables para su correcto funcionamiento. En el ámbito de la legalidad encontramos aquella serie de servicios estéticos, de transporte y de hospedaje, restaurantes y bares; mientras que en las actividades ilegales, la trata de personas, el tráfico de drogas y el turismo sexual serían elementos presentes que no hay que dejar de considerar (Altman, 2001; Hurtado, 2017; Lamas, 2017).

Para enriquecer estas propuestas, Laura Agustín, en un estudio realizado sobre casos de migrantes que venden sexo en España y Europa, nos ofrece otra idea sobre la industria del sexo, la cual se basa, sobre todo, en una proliferación inmensa de posibles maneras de pagar por una experiencia sexual (Agustín, 2000). La oferta de distintos escenarios y espectáculos generadores de experiencias sexuales -que podríamos considerar como servicios constitutivos de la industria del sexo que han ido en aumento- estaría conformada por la pornografía -en cine, revistas, películas, videos de alquiler e internet-, shows de sexo en vivo, las líneas telefónicas, el cine erótico, los cuartos oscuros, *table dance*, *striptease*, *go-go girls*, bailarinas de *topless*, servicios de acompañamiento o agencias de *escorts*, burdeles, casas de citas, *sex shops* con cabinas privadas, algunas casas de masaje, algunos hoteles, algunos bares, clubs *swingers*, servicios de dominación o sumisión, prostitución callejera⁸ y turismo sexual, entre otros (Agustín, 2000; Altman, 2001; Weitzer, 2010; Hurtado Saa, 2017; Lamas, 2017).

Resulta fundamental articular las propuestas anteriores, ya que nos permitirán hacer alusión a la industria del sexo como una estructura económica que ofrece servicios sexuales para ser consumidos, pero que no se reduce sólo a las múltiples relaciones entre prestadores de servicios, los medios en que se realizan y los clientes. Al mismo tiempo, la industria del sexo posee una logística bien configurada que involucra actores que hacen posible su producción, su distribución, consumo y existencia a través de distintos medios en el mercado. Esto nos ayudará a tener una visión más amplia -en cuanto a servicio e infraestructura- al momento de analizar las páginas de modelos de cámara web, sin olvidar la parte simbólica y performativa, que será explorada conforme avance la investigación.

Finalmente, la industria del sexo engloba una serie muy amplia, diversa y en constante cambio de servicios sexuales que no se concentran únicamente en la prostitución, y que contribuyen a la conformación de esta industria tal como la

⁸ Es interesante el planteamiento de Altman, al proponer que en la misma industria del sexo existe una división marcada de clases. Por ejemplo, no es lo mismo ser un trabajador sexual y un consumidor en un burdel lujoso, a recurrir a estos servicios en la vía pública, por lo que ciertas formas de abuso y explotación, también envuelven a la industria del sexo (Altman, 2001).

percibimos hoy en día. Dentro de estos servicios, la pornografía, al ser un fenómeno de alcance y dimensión global que cuenta con millones de personas que la consumen, la producen y la utilizan con frecuencia a través de distintos medios, desempeña un papel muy importante, como veremos a continuación.

2. La pornografía como industria cultural

Para efectos de este trabajo proponemos considerar a la industria pornográfica - concebida como un subconjunto de la industria del sexo-, como una industria

cultural digital. A fin de lograr este propósito, es necesario mencionar que Héctor Guillén en su trabajo sobre la pornografía *amateur* en México (2013) dedica todo un capítulo a la discusión del por qué es adecuado reconocer a la pornografía como una industria cultural. Por esta razón retomaremos algunas ideas del autor que a nuestro juicio servirán para considerar a este fenómeno, hoy en día, como una industria cultural digital.

2.1 Industria cultural

Con el objetivo de poder entrar de lleno con las cuestiones digitales, primero es imprescindible sentar las bases y tomar en cuenta la siguiente definición que nos ofrece Néstor García Canclini, para quien las industrias culturales son

“El conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación a gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la formación y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías. En los últimos años, el énfasis en una u otra de estas actividades y funciones ha llevado a nombrarlas como “industrias comunicacionales”, “industrias creativas” (*creative industries*) o “industrias del contenido” (*content industries*), con lo cual se alude a que son medios portadores de significados que dan sentido a las conductas, cohesionan o dividen a las sociedades”. (García Canclini, 2002, p.1)

Acorde con la definición propuesta por el filósofo y antropólogo argentino, algunos elementos que debemos tener muy presentes conforme avance nuestro análisis serán la producción, la comercialización, así como la comunicación a gran escala de bienes culturales que son portadores de significados⁹ y que pueden ligarse

⁹ Según la UNESCO, “[...] los bienes culturales son los bienes de consumo que transmiten ideas, los valores simbólicos y los modos de vida, que informan o entretienen, contribuyendo a forjar y a difundir la identidad colectiva, todo para influir en las prácticas culturales. Protegidos por el derecho de autor, son resultado de la creatividad individual o colectiva que se trasmite a través de los medios susceptibles de ser reproducidos y multiplicados por los procesos industriales y distribuidos o difundidos masivamente. Libros, revistas, grabaciones sonoras, programas de computación [etcétera] constituyen la oferta cultural, rica, diversificada y puesta a disposición del público” (UNESCO, Cultura, comercio y globalización 2002, en Tolila 2004, p.104, en Guillén 2013, pp.59-60).

adecuadamente, todos ellos, con la industria pornográfica. Antes de continuar nos gustaría abonar a esta concepción de industria cultural, y sugerir que los productos culturales derivados de estas industrias no sólo transmiten ideas y dan sentido a las conductas. También tienen la capacidad de conformar o configurar *-modelar-*, dar forma *-moldear-* y cambiar *-modificar-* percepciones y conductas de los individuos que los consumen pero no sólo de ellos (Díaz, 2020 comunicación personal), pues todos los actores involucrados en los procesos de producción, diseño, circulación y distribución de la industria desempeñan un papel de suma trascendencia.

2.2 Grupos públicos de interés

La categoría “grupos públicos de interés” resulta de especial utilidad para tratar esta cuestión. Pinch y Bijker (1984) sostienen que estos grupos “se encuentran integrados por instituciones, organizaciones, así como por individuos organizados o desorganizados donde el requisito clave de todos los miembros es sostener el mismo conjunto de significados para un mismo artefacto” (*en Santos, 1994, p.400*). Esta idea que fue concebida para analizar el contenido de los artefactos tecnológicos bien puede aplicarse al caso de la producción de pornografía. Como veremos en adelante, una de las facultades características del porno ha sido su innovación, reflejada en su adaptación y transformación aprovechando los distintos recursos e innovaciones tecnológicas que han proliferado con el paso del tiempo. En algún momento los actores involucrados en la creación o producción de pornografía se dieron cuenta de que hacer uso de los textos, la fotografía y más tarde el video para difundir sus contenidos y comercializar la imagen del cuerpo podría traerles beneficios, sobre todo en cuanto al alcance que llegarían a tener sus productos, lo cuales, al día de hoy, han adquirido una escala global y han pasado de exhibirse en revistas o imágenes impresas, a estar disponibles al alcance de un clic desde algún dispositivo digital que tenga una conexión a internet o la capacidad de memoria para almacenarlos.

En el trayecto de su desarrollo es muy probable que los actores detrás de la industria *-trabajando en conjunto bajo la idea compartida de comercializar con el cuerpo de*

formas diversas- se hayan tenido que plantear y resolver distintos problemas al momento de adaptar los contenidos pornográficos a los artefactos tecnológicos. Gracias a la aparición de los teléfonos inteligentes con cámaras integradas, por ejemplo, actualmente las personas que así lo deseen cuentan con la opción de registrar en fotografías o en videos sus cuerpos y sus actos sexuales, creando así contenidos pornográficos que pueden ser publicados en internet y ser consumidos por usuarios que naveguen por la red y que muestren interés en este tipo de contenidos. Dicha situación representaría un dilema para aquellas grandes compañías dedicadas a producir pornografía, que en algún momento podrían ver afectados sus intereses económicos debido a la mayor competencia que implicaría la aparición de nuevos materiales que en apariencia, requerirían de una menor inversión y de un menor grado de profesionalización para su producción y distribución.

2.3 Apuntes sobre la pornografía

En la misma dirección, para comprender que la pornografía se puede concebir como una industria cultural es fundamental primero describir algunas cuestiones en torno a este fenómeno. En marcha hacia los objetivos que persigue nuestra investigación, proponemos entender a la pornografía¹⁰ como un producto de masas que se encuentra ubicado en un contexto histórico, geográfico, cultural y socialmente definido y que está centrado, principalmente¹¹, en la estimulación sexual de los consumidores a través de sus distintas manifestaciones gráficas y audiovisuales en las que la representación de los cuerpos desempeña un papel protagónico, pero que no se limita sólo a eso; dado que la misma diversidad de manifestaciones pornográficas -legales e ilegales- que están disponibles en internet, pueden

¹⁰ Es crucial entender que no existe hoy en día una definición de pornografía precisa y acabada que sea validada como única y universal (Aguinaga, 2010). Asimismo, un gran número de autores han emprendido la colosal tarea de rastrear y presentar las distintas concepciones que se han hecho de la pornografía, casi de forma historiográfica. Algunos de estos intelectuales fueron retomados para la construcción de este trabajo tal como se aprecia en el desarrollo del texto.

¹¹ Aguinaga señala que las páginas pornográficas comerciales en internet persiguen entre sus objetivos centrales ganancias de orden económico, por lo que se valdrían del sexo como un gancho que les permite alcanzar ingresos rentables. Es decir que la estimulación sexual de los consumidores “más que un fin, sería un medio para obtener ganancias económicas” (2010, p.71).

convertirse en un factor que influya en el proceso de definición de identidades sexuales y que intervenga en el surgimiento y la construcción de nuevas relaciones sociales caracterizadas principalmente por la interacción y la colaboración, que no serían posibles sin la aparición, el desarrollo y la implementación de las nuevas tecnologías de la información (Peña Sánchez, 2012; Rose, 2012; Guillén, 2013).

Bien es cierto que Arcand alude que “la pornografía es la relación entre su contenido y el contexto en el que se desarrolla” (1993, p.30), y aquí está el punto medular que nos da la oportunidad de comprender su dimensión social -“constituida por la cultura, prescripciones sociales y tradiciones” (Lamas, 2017, p.8)-. La pornografía concebida como un producto cultural “genera formas de percepción y es parte de un proceso de construcción de significados” (Guillén, 2013, p.8) respecto al contenido que sus diversas manifestaciones comunican. Este material comunicativo es parte fundamental e indispensable de las industrias culturales y se percibe como cultural, toda vez que al ser un artefacto de mentes para mentes (Rose, 2012) requiere de una comunidad de conocedores para reconocer el objeto como algo determinado -pornografía en este caso-, que no sería si esa comunidad no existiera (Rose, 2012). Por tal motivo se alcanzan distintas convenciones culturales acerca de su presencia y circulación en la sociedad. En palabras de Phillips, “la pornografía es más que un material visual que contiene la descripción explícita o la exhibición de órganos o actividades sexuales, es una actividad simbólica integral” (Phillips, 2015, p.68). De tal suerte que podemos sugerir que la pornografía conforma o configura -*modela*-, da forma -*moldea*- y también cambia -*modifica*- conductas y percepciones que los individuos tienen hacia ella y hacia temas relacionados con su propia sexualidad mediante la interpretación y la apropiación de los contenidos pornográficos que consumen y visualizan.

Enmarcado en el tema que tratamos, Agger propone el concepto de “prisma pornográfico” (2012, p.46 *en* Phillips, 2015, p.67), el cual hace referencia a la forma en la que los sujetos observarían y construirían parte de su sexualidad gracias a la pornografía, reproduciendo tanto en sus auto-representaciones, como en sus propias relaciones sexuales (Agger, 2012) ciertos discursos o imágenes que se

desprenden de estas escenas pornográficas estereotipadas¹² (Guillén, 2013; Ballester et al. 2019). Quizá la propuesta del prisma nos ayudaría a comprender, en un análisis a profundidad, desde dónde se han establecido los tiempos que debe durar una relación sexual “satisfactoria”, los parámetros en cuanto a las medidas del pene y a la potencia que hombres y mujeres deben mostrar en el acto, las diferentes posiciones que se pueden experimentar, los tipos de cuerpos que son los más “deseados”, el tipo de fantasías (Guillén, 2013) que las personas a menudo elaboran para sí pero que difícilmente pueden llevar a cabo y, entre los más interesantes, la construcción de la imagen y de las ideas que se tienen sobre la mujer en el porno. Según Dines

“La pornografía se ha infiltrado en nuestra cultura y en nuestra conciencia colectiva [gracias a los desarrollos tecnológicos que le han permitido un largo alcance por la difusión y la disponibilidad de sus contenidos], al punto de llegar a moldear nuestras vidas sexuales y a influir en cómo pensamos acerca del sexo” (2010, p. 42 en Phillips, 2015, p.66).

A su vez, la construcción de significados en torno a la pornografía ha estado encaminada, por lo regular, a una conceptualización negativa de ésta, en ocasiones “con el único fin de desacreditarla” (Guillén, 2013, p.61). Basta con revisar determinados estudios provenientes de la psicología, la sociología y la comunicación -en su mayoría- enfocados en dar cuenta de las repercusiones e impactos diversos -usualmente negativos y relacionados con cambios en la salud, en la conducta, el autoestima y una creciente propensión a la violencia, entre otros- que la exposición a este fenómeno genera en varios grupos sociales, principalmente en hombres jóvenes que acceden a sus contenidos en internet¹³.

¹² Agger (2012) y Ballester, Orte y Pozo (2019) afirman que la pornografía es dominada por hombres y que lo que se busca con sus materiales es mostrar una relación sexual estereotipada que sólo satisface las fantasías y el deseo de dominación masculino.

¹³ Al respecto, véase Owens, E. W., Behun, R. J., Manning, J. C. & Reid, R. C. (2012). The impact of Internet pornography on adolescents: A review of the research. *Sexual Addiction & Compulsivity*; así como: Peter, J. & Valkenburg, P. M. (2016). Adolescents and pornography: A review of 20 years of research. *The Journal of Sex Research*.

La concepción negativa de la pornografía que está impregnada de estereotipos y juicios morales que la condenan constantemente (Phillips, 2015) contribuye, en gran medida, “a no reconocerle su carácter de industria cultural” (Guillén, 2013, p.8), pues a lo largo de su historia -aproximadamente a partir del siglo XIX (Arcand, 1993; Kendrick, 1996; Torres, 2002; Peña Sánchez, 2012; Guillén, 2013; Phillips, 2015)- ha sido objeto constante de prohibición, censura o regulación en las sociedades occidentales, tanto para quienes la consumen, como para quienes la producen. A pesar de ello, no cabe duda de que la pornografía resulta significativa para las personas que la crean, para quienes la consumen y para la sociedad en general.

2.4 Consumo y pornografía

“[...] buena parte de los bienes que consumimos, y la manera en que los consumimos, son significativos y permiten construir sentido para nosotros mismos y para los otros” (Mato 2007, p.141 *en* Guillén, 2013, p.89).

Esta cita nos ofrece una lectura en dos direcciones. Por un lado encontramos significados inscritos tanto en las motivaciones de consumo, como en la forma de apropiarse de los bienes consumidos por parte de un individuo o un conjunto de individuos¹⁴. Así, todo consumidor “contribuye a la construcción de un universo inteligible con los bienes que elige, adquiere y utiliza” (García Canclini, 1999, p.40).

Por el otro lado, hay toda una construcción de sentido de quienes rodean a esos sujetos que consumen y para quienes el hecho de que algún individuo adquiera o se decante por determinado tipo de bienes genera significados diversos. Para Philips

“Los seres humanos actúan hacia las cosas sobre la base de significados que las cosas tienen para ellos y el significado de tales cosas se deriva de, o surge de, la interacción

¹⁴ Es imprescindible tener presente que “la clase, la etnia, [*el género*] o el grupo al que pertenecen los individuos -que consumen- los acostumbra a necesitar ciertos objetos [consumirlos] y a apropiarlos de cierta manera” (García Canclini, 1999, p.33).

social. Además, estos significados se manejan y modifican mediante un proceso interpretativo utilizado por la persona al tratar con las cosas que encuentra” (2015, p.68).

Estos significados filtrados por un procedimiento de interpretación suelen traducirse en juicios de valor, estigmas o estereotipos dirigidos, en primera instancia a quienes participan de los procesos de creación de la pornografía, pero sobre todo hacia las personas que sienten afinidad por consumir productos derivados de ésta¹⁵. Acorde con García Canclini, “el consumo constituye un sistema de significados tanto para los incluidos, como para aquellos que están excluidos” (1999, p.38).

A propósito del consumo¹⁶ cabe destacar que para efectos de nuestro análisis, éste no se reduce únicamente a observar la cantidad de personas que deciden destinar cierta cantidad de recursos -tiempo y dinero- para la obtención de un bien o servicio, y las repercusiones comerciales que esto trae consigo. El consumo, incluyéndolo como un elemento de suma relevancia que se relaciona con las industrias culturales

“Se nos presenta como un escenario de reproducción social, de competencia, de integración, diferenciación y de comunicación entre los distintos grupos que conforman

¹⁵ Para este punto podríamos retomar de nuevo a Pinch y Bijker, ahora con el concepto de “flexibilidad interpretativa”, el cual señala que “diferentes grupos sociales en distintos lugares y contextos dotan de significados particulares a un mismo artefacto tecnológico” (1984, pp.25-26) o para nuestro caso particular a la pornografía. Como breve ejemplo nos gustaría aludir a las posturas feministas que dotan de significados totalmente opuestos al fenómeno pornográfico. Por un lado aquellas que piensan que aceptar la producción y el consumo de pornografía valida una actividad que violenta y que va en contra de los derechos de las mujeres. Por otro lado, la corriente feminista que percibe a la pornografía como un tipo de trabajo o expresión que es legítima siempre y cuando se haga de manera voluntaria bajo ningún tipo de violencia o coerción. Finalmente, feministas que no se muestran ni totalmente a favor ni totalmente en contra de este fenómeno (Federici, 2013; Guillén, 2013; Lamas, 2017). Como observamos, limitándonos a las perspectivas feministas podemos encontrar esta variedad de significados de la pornografía, cuestión que permite esclarecer cómo diferentes grupos sociales le otorgan significados particulares a un artefacto.

¹⁶ En su trabajo “El consumo cultural: una propuesta teórica”, García Canclini sugiere entender el estudio del consumo como “el conocimiento de las operaciones con que los usuarios seleccionan y combinan los productos y los mensajes. Siguiendo con Michel de Certeau: cómo los consumidores mezclan las estrategias de quienes fabrican y comercian los bienes, con las tácticas necesarias para adaptarlos a la vida cotidiana” (García Canclini, 1999, p.35).

a la sociedad, y es que consumir es intercambiar significados, apropiarse de ellos y reelaborarlos” (García Canclini, 2012, p.8).

Entender el consumo de esta manera, nos dará la oportunidad de observar la dimensión simbólica que se encuentra en las motivaciones de aquellos individuos que destinan parte de su tiempo y su dinero a la obtención de ciertos bienes provenientes de la pornografía con el fin de satisfacer determinados deseos o necesidades, así como al uso y valor que les puedan asignar.

“Los bienes de consumo se han convertido en medios a través de los cuales las personas se expresan a sí mismas: lo que compran, lo que visten, lo que poseen y lo que usan es un símbolo de sus vidas” (Winner, 2004, p.60).

Al mismo tiempo, esta idea de consumo nos brinda la posibilidad de observar las relaciones de comunicación, y por ende de integración, colaboración y diferenciación¹⁷ que surgen entre las personas que componen las distintas audiencias que consumen productos pornográficos en espacios virtuales, como es el caso de los usuarios de *My Free Cams.com*.

La industria pornográfica concebida entonces como industria cultural es creadora y transmisora de significados. No sólo genera percepciones, puesto que también *modela, moldea y modifica* ideas y conductas en torno a la sexualidad y a específicos estereotipos sexuales, entre los que podríamos destacar de manera preliminar: ciertos cánones de belleza, actitud, potencia, satisfacción y disponibilidad sexual, que suelen recaer en las mujeres más que en los hombres debido a las representaciones y prácticas móviles de los usos del cuerpo que están vinculadas a las nuevas tecnologías (Guillén, 2013; Díaz, 2020 comunicación personal). Simultáneamente, la pornografía se presenta como “un medio de difusión de deseos, expresiones y manifestaciones sexuales que, en su conjunto conforman una forma particular de ver, asumir y practicar la sexualidad” (Peña Sánchez, 2012,

¹⁷ El intercambio de significados entre los distintos grupos que conforman a la sociedad puede reforzar las jerarquías sociales y las distinciones de clase a través de los bienes que se consumen y de la interpretación y el valor que se les otorga a cada uno de éstos.

p.55), difundiendo contenidos “que influyen en los deseos eróticos y en las experiencias sexuales” (Philips, 2015, p.77) los cuales dan origen a un imaginario pornográfico¹⁸.

En este escenario de reproducción social en el que circula una variedad de productos pornográficos de forma desigual -pues como se verá más adelante, mientras existen individuos que acceden a productos que se presentan como de “contenido exclusivo” por un pago de por medio, otros tantos se conforman con el material que pueden encontrar gratis en la web-, los seres humanos asimilan mandatos culturales diferentes. Dichos mandatos “hacen referencia a “lo propio” de los hombres y “lo propio” de las mujeres” (Lamas, 2017, pp.8-9), dependiendo de la cultura en la que se desarrollen y viven, los cuales contribuyen a la reproducción y al refuerzo de estereotipos de género¹⁹, tema fundamental para nuestra investigación. Estos estereotipos de género están muy presentes y en ocasiones hasta son atribuibles a la pornografía, gracias a los mensajes diseminados a través de sus distintas manifestaciones, como a la interpretación que se hace de ellos.

Para concluir este apartado retomaremos algunas palabras de Kendrick, las cuales nos abren la puerta para el análisis de la pornografía y los recursos tecnológicos.

“Es sabido que la habilidad de nuestra cultura para comprender las innovaciones tecnológicas, para inscribirlas en una dimensión ética o moral, se halla siempre retrasada con el progreso de la tecnología misma. Esta discrepancia resulta especialmente evidente cuando se trata de la pornografía, cuya evolución se ha mantenido al día con el desarrollo de los nuevos medios de comunicación, pero cuyos

¹⁸ La difusión, expresión y representación de deseos y fantasías sexuales forma parte consustancial del gran atractivo de la pornografía al mostrar esas partes que suelen permanecer ocultas o que son juzgadas como negativas fuera del contexto pornográfico.

¹⁹ Precisamente, uno de nuestros principales objetivos está enfocado en profundizar sobre dichos estereotipos de género conforme avance la investigación de las modelos de cámara web. Por ahora reconocemos que autores como Weitzer (2009), Guillén (2013), Lamas (2017) y Ballester, Orte y Pozo (2019) han abordado esta cuestión desde distintos ángulos en fenómenos como la prostitución y la pornografía, respectivamente. Incluso Weitzer (2017) dedica un artículo entero a lo que él denomina como el “estigma” que siempre está presente en el trabajo/trabajador sexual.

debates continúan empleando los mismos términos de siempre”. (Kendrick, 1996, p.338)

3. El desarrollo de la tecnología que dio paso al internet

3.1 Breve historia del internet

Antes de continuar tratando el tema de la pornografía, es importante puntualizar que las nuevas tecnologías desempeñan un papel casi indispensable para la existencia y transformación de algunas industrias culturales -como sería el caso de la industria porno-. Es debido a esto que consideramos pertinente ofrecer un acercamiento al contexto de cómo han surgido las innovaciones tecnológicas, que son el soporte de lo que hoy en día conocemos comúnmente como internet.

Muy probablemente los efectos de los cambios tecnológicos sean consecuencia de la interacción entre las llamadas “Ley de Moore”, “Ley de Cooper” y “Ley de Butters” (Crosbie, 2017 *en* Espino, 2019). En el presente apartado describiremos sus

principales postulados, lo que nos permitirá posteriormente, conocer el contexto digital en el que se encuentra situada la pornografía en internet.

En los años sesenta del siglo pasado, se dio un progreso significativo en cuanto a la tecnología de chips de computadora, pues gracias a las nuevas configuraciones de estos chips -cada vez más pequeños y con mayor número de transistores que les daban más poder de cómputo, así como la capacidad de hacer mejores cálculos y resolver más problemas- se lograría un avance trascendental en el poder de procesamiento de las computadoras. A esto se le conoce como la “Ley de Moore”, y es uno de los grandes pilares de la revolución tecnológica (Crosbie, 2017 *en* Espino, 2019).

Luego de que la “Ley de Moore” fuera reconocida, Martín Cooper -el ingeniero considerado como uno de los pioneros del desarrollo del teléfono móvil- haría lo propio en el campo de las telecomunicaciones. Dentro de sus principales aportaciones al ecosistema digital, se encuentran los avances y el aumento en las capacidades de las comunicaciones inalámbricas (Espino, 2019), con el fin de que no exista interferencia en el envío de señales de forma simultánea desde distintos dispositivos.

En otras palabras, la también llamada “Ley de Cooper” implica que una gran cantidad de personas puedan utilizar, al mismo tiempo y desde diferentes lugares, sus teléfonos móviles, computadoras o tabletas portátiles, *wifi* y audífonos que se conectan vía *bluetooth* “sin que las señales que emiten cada uno de los dispositivos antes mencionados interfieran entre sí” (Crosbie, 2017 *en* Espino, 2019, pp.55-56). A este ingeniero también se le atribuyen aportaciones sobre la multiplicación de la capacidad de banda ancha -velocidad de conexión- y el acceso inalámbrico a internet, tal como podemos experimentarlo actualmente (Espino, 2019).

Por último, a la sustitución del cable de cobre por el de fibra óptica -que conforme siga progresando permitirá que los tiempos de descarga de contenidos HD desde internet sean prácticamente instantáneos, gracias a estas nuevas infraestructuras y

conexiones- se le denomina “Ley de Butters”, cuyos efectos apenas se están comenzando a percibir (Crosbie, 2017 *en* Espino, 2019).

Es así que la existencia y el desarrollo de chips de computadoras que son cada vez más potentes crean una demanda de comunicaciones más rápidas y eficaces, acompañadas de velocidades de conexión superiores (Espino, 2019). De modo que los efectos indudablemente interactivos de las tres leyes antes descritas se han convertido en un mecanismo continuo que, en palabras de Espino, “está cambiando fundamentalmente los medios de comunicación, el comercio, la política y las sociedades” (2019, p.58).

3.2 Etapas del internet

En cuanto a internet existe una especie de cronología de común acuerdo sobre su desarrollo, la cual abordaremos en las siguientes líneas. Esto con el único objetivo de poner en contexto las innovaciones tecnológicas que han permitido el tránsito de las industrias culturales hacia el ámbito digital, el cual está centrado casi en su totalidad en el acceso y uso que se da del internet.

La primera etapa conocida como Web 1.0 es la que marca el inicio de internet desde los noventa, hasta los primeros años del siglo XXI. Quienes participaban en la creación de contenidos de esta fase primigenia solían ser especialistas sumamente calificados, como ingenieros en informática, militares y hackers. Es aquí cuando se dan los primeros pasos de empresas tan grandes y populares como Amazon e EBay, que en aquel entonces sólo se anunciaban en distintas páginas. El nivel de interacción que podía darse entre los usuarios era prácticamente escaso (Espino, 2019).

En los primeros años del siglo XXI se desarrolla la Web 2.0²⁰ o segunda generación de internet, que está centrada en las redes sociales y en los diversos medios

²⁰ Es pertinente mencionar que, en el ámbito de la comunicación, así como en los estudios de la cultura digital, autores como Jenkins, Levy y Rheingold hablan de una “cultura de la participación y de la convergencia”, más no de una Web 2.0. Sin embargo, como nuestro objetivo es sólo poner en contexto la evolución del internet en términos más prácticos, dejaremos esta discusión para otro momento.

digitales, principalmente. Es aquí cuando hacen su aparición una serie de aplicaciones y páginas que utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en la red -*wikis*, blogs, servicios de alojamiento de videos, fotos y audios, sitios de intercambio de archivos, entre otros (Espino, 2019)-, a la vez que “se permite al usuario tener cierto control sobre sus datos” (O’Reilly, 2005 *en* Espino, 2019, pp.61-62).

3.3 ¿Democratización de internet?

Esta segunda generación de internet caracterizada por una mayor democracia, mayor accesibilidad y la conformación de comunidades de usuarios²¹ permite la difusión y el intercambio de contenidos que, a pesar de que muestran una mayor apertura a la que ofrecía la Web 1.0, no permite la participación de todos los usuarios en los mismos niveles. Tal como lo observa Orozco, únicamente “algunos grupos que cuentan con recursos económicos, tiempo y habilidades calificadas o especializadas pueden participar en las mismas condiciones y circunstancias” (Orozco, 2017 *en* Espino, 2019, p.62).

Sí, según señalamos, el internet se democratizó con la llegada de esta segunda generación, valdría la pena no asegurarlo por completo y echar un vistazo a las propuestas de Langdon Winner, para quien existe una corriente de entusiastas que han asumido con demasiado optimismo esta aparente cualidad democratizadora del internet. Ante ello, el teórico político estadounidense recomienda poner la mirada en “una serie de problemas y de complejas circunstancias sociales, organizativas y políticas que han complicado las esperanzas de igualdad política, inclusión, poder compartido y amplia participación de una población más cultivada por el uso creciente de sistemas tecnológicos” (Winner, 2004, p.57). A pesar de que el autor no menciona las categorías, sin lugar a dudas la llamada “exclusión digital” y “la brecha tecnológica” tendrían cabida en su análisis. Díaz y Roque se posicionan a propósito de estas categorías en su artículo de 2014 titulado, “Reflexiones sobre la

²¹ “Las nuevas tecnologías de la comunicación no sólo contribuyen a la formación de públicos amplios y masivos, sino que sientan las bases sobre las cuales se construyen comunidades virtuales, ya que trabajan en las interfaces entre lo real, lo imaginario y lo virtual” (Lins Ribeiro, 2002, p.12).

construcción del ecosistema doméstico de la tecnología: modalidades de apropiación de las TIC desde la desigualdad”, en el que proponen que

“Si queremos que estas categorías [brecha tecnológica, exclusión/inclusión digital] tengan poder heurístico deben inscribirse necesariamente en una trama analítica más amplia: a la desigualdad, pobreza y ocultamiento de las diferencias culturales que afectan a nuestro país se ha agregado, en las últimas décadas, la exclusión de amplios sectores de la población respecto al uso de tecnologías de punta; a las persistentes inequidades entre ricos y pobres, hombres y mujeres, empleados y desocupados se agregan ahora nuevas fracturas y brechas entre quienes tienen acceso a internet y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y quienes están desconectados o insuficientemente conectados, entre los que logran alguna inserción en la globalización y quienes son atropellados por ella” (2014, p.95).

Como muestra claramente la cita anterior, existe una serie de factores socioculturales y económicos que deben ser tomados en cuenta antes de hacer afirmaciones casi idílicas sobre la democratización de internet. Winner aconseja prestar especial atención “a la intensa comercialización del ciberespacio y a la creación de una nueva y enorme esfera de desarrollo de la empresa comercial” (2004, pp.65-66) que en la consecución de sus propios beneficios no hacen más que limitar las posibilidades de acceso libre a internet. Puntos suficientes que nos permiten ver más allá de la mirada entusiasta de la democratización del internet.

La Web 2.0, para concluir, también va a redefinir las operaciones comerciales y de marketing (Mitra, 2019) para distintas empresas -entre ellas, la industria de la pornografía-, debido a que la creación de contenido digital y los ingresos por los servicios asociados -publicidad- “están convirtiéndose en el mayor generador de ganancias dentro de la economía digital” (Secretaría de Cultura, 2018, p.20).

3.4 Web 3.0

Finalmente se habla de la Web 3.0, en la cual los sitios web en sí mismos estarían aprendiendo de los datos que reciben por parte de los usuarios para hacerles recomendaciones cada vez más personalizadas y de este modo hacerles más fácil su tránsito por la web (Mittra, 2019). Por lo que en esta fase existe un intercambio de información entre usuarios y sistemas informáticos.

La Web 3.0 tiene como punto central la implementación de la inteligencia artificial en sus dispositivos, que se refiere “a la capacidad de que algunos sistemas informáticos puedan resolver problemas y aprender, de forma similar a como lo hacen los humanos” (Espino, 2019, p.69). Un ejemplo de esta inteligencia serían los asistentes virtuales incluidos en algunos teléfonos inteligentes como *Siri*, o el dispositivo *Alexa* de Amazon, que realizan distintas actividades siguiendo comandos de voz. Al mismo tiempo, la Web 3.0 permite el desarrollo de la llamada “internet de las cosas”, que hace alusión a “la interconexión de objetos cotidianos - casas, autos, electrodomésticos- con internet y las tecnologías digitales” (Espino, 2019, p.69).

Cabe destacar que los avances de la Web 3.0 continúan desarrollándose e implementándose. En gran medida, esto se debe a la *hiperconectividad* de la que forman parte un gran número de personas al fusionar su vida “fuera de línea” (*offline*) con su vida “en línea” (*online*), volviendo ambas cuestiones “como parte de una misma esencia” (Lins Ribeiro, 2002; Espino, 2019). Dicha cuestión vuelve más complicada la tarea de dimensionar los efectos de esta nueva etapa del internet a corto plazo, pues es un fenómeno que está en constante movimiento y transformación.

Si bien internet -la red pública *World Wide Web*- se nos presenta actualmente como un medio al cual casi todos pueden acceder y dentro del cual casi todos pueden participar, según Espino, retomando a Castells,

“Su difusión [*de internet*] en la sociedad fue un logro de los emprendedores -capitalistas que hoy en día luchan por mostrar su predominio e incluso por monopolizar las distintas

áreas del desarrollo tecnológico- que vieron una oportunidad de hacer negocios [básicamente comercializar] con la tecnología” (2001, en Espino, 2019, p.59).

Esta comercialización de y en el internet es un factor a considerar en la industria pornográfica. Sin embargo, antes de pasar a explicar cómo se da el negocio del porno en internet, hay que explorar una propuesta que nos ofrece varias pistas que nos dotarán de elementos que propiciarán un mejor entendimiento de dicho fenómeno: el llamado “filtro burbuja” (Pariser, 2012, en Espino, 2019).

3.5 El filtro burbuja

Tal cual lo señalamos anteriormente, gracias a la instauración de la Web 3.0 es posible hablar de una trazabilidad (Espino, 2019). Ésta se alcanza por medio de los teléfonos móviles y otros recursos a través de los cuales las compañías de internet pueden seguir los movimientos de los usuarios en tiempo real, lo que les da la enorme ventaja de conocer sus hábitos de consumo, así como sus gustos y sus preferencias.

En este sentido existe una recopilación de datos de los usuarios que navegan por la infinidad de sitios anclados en internet. Esta recopilación se hace por medio de sistemas de inteligencia artificial, los cuales son utilizados por las grandes empresas con el propósito de construir perfiles y de esta forma poder comercializar con base en la información que hace posible la elaboración de éstos (Espino, 2019).

Aspectos como los hábitos de consumo, la capacidad adquisitiva, la búsqueda y por ende la visita recurrente a distintos sitios en la web por parte de los usuarios, entre otros tantos, permiten la existencia de una especie de predilección de estas búsquedas en línea (Espino, 2019), que arrojan resultados de acuerdo con los perfiles que se construyen sobre las preferencias de los usuarios, la mayor parte del tiempo con el fin de comercializar diversos productos.

No obstante, uno de los efectos indeseados de este proceso, según observa Espino (2019) es la extrema personalización de la información que se presenta en el entorno digital de los usuarios, pues

“La red crea una burbuja en la que todo tiene sentido de acuerdo con nuestra personalidad, pero la burbuja excluye todo lo diferente a nosotros mismos, por lo que no conocemos el resto del mundo en línea. Los temas, opiniones e incluso personas diferentes suelen desaparecer de nuestro entorno más próximo porque las compañías filtran la información que recibimos y sistemáticamente excluyen las cosas que chocan con nuestro perfil” (Pariser, 2010 *en* Espino, 2019, pp.82-83).

Lo anterior, incluso es aplicable a lo que acontece en las comunidades virtuales, en las que “los relacionamientos se dan, frecuentemente, entre personas ya conocidas o que se tornaron conocidas” (Lins Ribeiro, 2002, p.17), por lo que el amplio universo en línea podría estar más reducido de lo que en realidad imaginamos.

A su vez, el manejo que se hace de los datos de los usuarios en internet genera controversias. Sobre todo en cuanto al uso que se puede dar de éstos y que suele estar alejado del control de quienes los proporcionan -usuarios-. Este hecho propicia que el tráfico de los datos sea utilizado en campañas de todo tipo por compañías de todo tipo encaminados a diversos propósitos, situación que incluso representa un riesgo en temas de seguridad cibernética (Espino, 2019).

Lo que es innegable es que los datos se han convertido en “una de las principales fuentes de riqueza de la nueva economía mundial” (Espino, 2019, p.82), y los usuarios del internet están participando, consciente o inconscientemente, de forma cada vez más activa en la economía digital que rige este entorno. “La transformación de los usuarios en productores de valor es coherente con la interpretación marxista de que el consumo también es producción” (Schmidt, 1977, p.104 *en* Lins Ribeiro, 2018, pp.24-26), proceso que se verá reflejado en las dinámicas que implican generar ganancias a través de anuncios publicitarios exhibidos en páginas de internet, tal como veremos en el negocio del porno en el ciberespacio.

3.6 La economía en el mundo digital

La lógica capitalista que impera en internet ha tenido muchos intentos de explicación. Entre los principales, tal como lo señala Gustavo Lins Ribeiro (2018), encontramos los trabajos de autores como Castells (1996) y la “economía informacional”, Schiller (2000) y el “capitalismo digital”, Bodei (2019) sobre “capitalismo algorítmico”, la Secretaría de Cultura de México (2018) y la “economía creativa²²”, así como la propuesta de “capitalismo cognitivo”²³, de Cocco, Silva y Patez Galvão, (2003); Blondeau et al., (2004); Moulier-Boutang, (2008); Fumagalli, (2010); y Vercellone, (2011).

Ciertamente cada una de estas propuestas posee aportaciones interesantes desde distintos puntos de vista, los cuales permiten comprender el fenómeno de cómo internet ha sido un terreno idóneo para incrementar las capacidades económicas de las compañías -como la pornografía, para el caso que analizamos en este trabajo-. Sin embargo, con la finalidad de la consecución de nuestros objetivos profundizaremos en los postulados de Lins Ribeiro, particularmente en los que se desprenden del capitalismo electrónico-informático, el cual consideramos, se ajusta adecuadamente a lo que deseamos exponer en las siguientes líneas.

3.7 Capitalismo electrónico-informático

El capitalismo electrónico-informático es un término acuñado por Lins Ribeiro inspirado en Benedict Anderson (1983), y se enfoca principalmente

“en analizar las formas capitalistas de producción, organización, extracción de valor y acumulación, llevadas a cabo por grandes empresas –como *Google* y *Facebook*- mediante el uso de internet y la computadora, así como de otras máquinas, dispositivos e innovaciones tecnológicas” (Lins Ribeiro, 2018, pp.17-19).

²² La UNESCO señala que es en los años 90 cuando emerge este concepto, que “entiende la creatividad –en un sentido amplio- como el motor de la innovación y el cambio tecnológico como ventaja comparativa para el desarrollo de los negocios” (2009, p.1).

²³ De acuerdo con Gustavo Lins Ribeiro, “El capitalismo industrial ha sido siempre cognitivo y la centralidad de la innovación como método para incrementar la acumulación y la diferenciación capitalistas puede rastrearse hasta, por lo menos, el siglo XIX” (Lins Ribeiro, 2018, p.18).

Las formas de producir ganancias -que son cruciales para comprender el crecimiento de algunas de las principales empresas inmersas en el capitalismo electrónico-informático-, se basan en “la mercantilización de las palabras”, “la economía de la carnada” y “la economía del me gusta y del clic” (Lins Ribeiro, 2018, p.19). Curiosamente estas tres estrategias tienen un común denominador que está presente en mayor o menor medida en cada una de ellas: la publicidad en línea.

Para entender mejor, la mercantilización de las palabras hace referencia a la estrategia empleada por el motor de búsqueda de *Google* para generar ganancias. Cuando alguna persona decide “*googlear*” una palabra aparecerán en seguida una serie de links -enlaces- con el resultado de su búsqueda en la pantalla, pero la clasificación de los resultados que el usuario observa “posee una estructura económica, debido a que el orden jerárquico se subasta y las compañías interesadas en mostrarse primero, compran prioridad y visibilidad” (Lins Ribeiro, 2018, pp.22-23).

La economía de la carnada, por su parte, significa que

“se nos ofrece un regalo irresistible, pero una vez que estamos literalmente enganchados, damos a cambio un bien precioso: toda la información que las compañías necesitan para ajustar a nuestro gusto los bienes de consumo y los servicios que quieren vender”. (Lins Ribeiro, 2018, p.24)

Esta noción bien puede ser aplicada a los sitios porno en internet, sobre todo cuando un usuario decide pagar un monto específico de dinero que le permita acceder al contenido que se ofrece, brindando algunos de sus datos e información sobre sus cuentas bancarias -la mayoría de las veces- para llevar a cabo dicha transacción.

Además, una vez que el usuario está enganchado en una plataforma -de redes sociales, aunque también de contenidos pornográficos, por ejemplo-, “cada uso que éste haga de un botón social, comentario, foto o video publicado, se traduce en trabajo gratis para las corporaciones -la llamada economía del me gusta y del clic”- (Lins Ribeiro, 2018, p.24) y no significa otra cosa más que los usuarios les están

ayudando a convertirse en monopolios del capitalismo electrónico-informático (Lins Ribeiro, 2018; Espino, 2019).

Gracias al sustento que nos brindarán estas propuestas trataremos de ilustrar cómo es que funciona el negocio del porno en internet, en cuyas dinámicas se encuentran presentes la economía de la carnada y la economía del me gusta y del clic. Como veremos conforme avancemos en el análisis, en la economía digital, “el motor principal es el trabajo no remunerado de los usuarios” (Lins Ribeiro, 2018, p.26). Sin embargo, antes de llegar a ese punto, es indispensable atender primero el largo camino que ha recorrido la pornografía hacia el espacio digital en el cual hoy en día se encuentran diseminados la mayor parte de sus contenidos.

4. La pornografía en su tránsito hacia el advenimiento digital

4.1 La pornografía como un producto comercial masivo

La pornografía ha sufrido modificaciones en su concepción, producción, distribución y consumo gracias al continuo desarrollo tecnológico del cual se ha sabido acompañar desde hace algunas décadas. Los antecedentes necesarios para comprender a la pornografía como un producto comercial moderno nos remontan, según apunta Guillén, hasta la Revolución Francesa, pues dicho acontecimiento

“Marcó la transición histórica de la pornografía al introducir el ideal de democratización, no sólo en cuestiones de política, sino también del conocimiento, a través de la masificación de la cultura, gracias a uno de los primeros y más importantes avances tecnológicos: la imprenta” (2013, p.16).

La imprenta, en un inicio, fue el instrumento que hizo posible que el alcance de las primeras publicaciones pornográficas aumentara y estuviera disponible para más consumidores.

Sin embargo, algunas otras innovaciones tecnológicas más recientes han colaborado para que la pornografía sea considerada como un producto comercial

de masas y haya dado el salto de una representación textual²⁴, hacia una representación que presta mucha más atención a la captura y a la reproducción de la imagen (Guillén, 2013).

Es entre mediados y finales del siglo XIX cuando la popularidad de la pornografía aumentó exponencialmente y se empezó a convertir en un producto “realmente accesible a todos los públicos” (Arcand, 1993, p.152) gracias a la implementación de cámaras fotográficas que, al igual que como lo hiciera en su momento la imprenta,

“permitieron inmortalizar la imagen y circular de manera masiva fotografías de desnudos y sexo explícito, mismas que aparecen en 1840 y años después comienzan su producción masiva gracias a la fotolitografía, junto con una amplia parafernalia como tarjetas postales, calendarios y juegos” (Peña Sánchez, 2012, p.48).

Hay que destacar, a su vez, que la invención del cine contribuyó enormemente a que se ampliara la producción pornográfica todavía más, sentando las bases del contenido para adultos que ahora estaba siendo registrado en filmes y que al ser exhibidos en salas desplazaban a la pornografía de un ámbito público a uno más privado (Guillén, 2013). Arcand sugiere que la pornografía moderna se desligaba del mundo del “espectáculo público como eran los burdeles o los barrios calientes, para ser un producto más discreto y disponible en cualquier momento” (1993, p.151). De modo que el cine y los primeros filmes pornográficos²⁵ serían el antecedente de los formatos en videocasetes que décadas más tarde permitirían una mayor comercialización y un consumo todavía más amplio y privado de los diversos materiales pornográficos.

²⁴ Sarah Neely relaciona este mismo fenómeno con la evolución que ha experimentado el cibersexo - especialmente en los videojuegos- al transitar de representaciones meramente textuales que se expresaban en los primeros chats -70's a 90's-, a las imágenes en 3D que cada vez son más reales y en las que la imagen desempeña un papel fundamental (2010).

²⁵ El cortometraje Francés “*Le coucher de la mariée*”, filmado en 1896 y estrenado en 1903 se considera como uno de los primeros metrajés pornográficos de la historia. Portal de cine IMDB.COM

Arcand (1993) y González Caldito (2015) coinciden de alguna manera en que la pornografía moderna tuvo su apogeo en las décadas de los años 60's y 70's del siglo XX, particularmente con la llegada al mercado de un concepto que resultaba innovador para la época y que a la larga contribuiría en cierta medida a que “las sociedades occidentales empezaran a acostumbrarse a la producción pornográfica” (González Caldito, 2015, p.1): la distribución y el consumo masivo de la revista *Playboy*.

Creada por Hugh Hefner en 1953 con el nombre inicial de “*stag party*”, que pronto cambiaría al de *Playboy*, la revista presentó en su primera edición a Marilyn Monroe en la portada, hecho que dio inicio a un gran imperio comercial que hoy en día sigue presente en el mercado, pero que ha diversificado algunos de sus contenidos, así como sus métodos de producción y de distribución para mantenerse vigente. A pesar de que Hugh Hefner reconocía que el sexo era una parte muy importante de la vida de las personas, él estaba seguro de que su empresa -*Playboy*- no sólo comercializaba contenido sexual. Para el magnate estadounidense, *Playboy* significaba todo un estilo de vida (Arcand, 1993; Amiguet, 2013), el cual es percibido por Arcand como la representación del individuo moldeado por la modernidad, pues Hefner se había convertido en “un signo de éxito y de consumo en la sociedad de los ocios infinitos” (1993, p.177). La imagen que procuraba mostrar el creador y dueño de *Playboy*²⁶ -casi siempre en pijama, manejando sus negocios desde la comodidad de su amplia, elegante y confortable habitación-, permitía dar cuenta de aquel hombre que va “en la consecución de sus propios deseos sin necesitar demasiado de los demás” (Arcand, 1993, p.178).

La popularidad que adquirió la publicación de esta revista -que mostraba fotografías de mujeres “famosas” desnudas y de otros modelos llamadas “*playmates*”- en aquel entonces, aunada a la relevancia de los movimientos que impulsaban la revolución sexual en los 60's en Estados Unidos -la cual permitió una mayor apertura a temas concernientes a la sexualidad-, y la comercialización de materiales pornográficos

²⁶ Para un análisis mucho más profundo sobre el fenómeno *Playboy*, es recomendable revisar el texto de Paul Preciado (2010) titulado *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en Playboy durante la guerra fría*.

que ahora eran distribuidos en cintas VHS a finales de los 70's, serían ese entramado que catapultaría a la pornografía "hacia lo que podría considerarse como un bien económico de producción y venta en masa en el siglo XX" (González Caldito, 2015, p.1).

Los esfuerzos registrados que se han llevado a cabo para que la pornografía abarque públicos cada vez más amplios, sin duda alguna, están estrechamente ligados a los medios tecnológicos que han permitido su difusión masiva. Primero "la imprenta, la fotografía, el cinematógrafo, el video, el CD-ROM, y ahora el internet y hasta la realidad virtual, han servido y sirven como medios para registrar, reproducir, experimentar y distribuir tanto imágenes como textos sexuales" (Yehya, 2001, p.3).

Es importante enfatizar en este punto lo trascendente que resulta la difusión masiva de los productos pornográficos, la cual, invariablemente nos hace retroceder un poco y relacionarlos una vez más con las industrias culturales. Recordemos que la reproducibilidad²⁷ en masa de las obras (Benjamin, 2003 originalmente publicado en 1935), el proceso de masificación y la democratización de la cultura son algunas de las características esenciales que definieron inicialmente a este tipo de industrias²⁸. Como hemos podido observar, el surgimiento de una literatura pornográfica que se hizo cada vez más popular y que podía ser adquirida por un número más amplio de consumidores encuentra su explicación con la instauración de la sociedad de masas²⁹, que nace de la mano de los nuevos recursos de la comunicación y de las nuevas técnicas -imprenta, fotografía, video- empleadas para

²⁷ No está por demás recordar en este punto *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* de Walter Benjamin (1935), en la que el filósofo alemán discute ampliamente la decadencia "del aura" de la obra de arte -aquella obra que es auténtica y que no admite copia alguna de sí misma- o de su "valor para el culto" y del ascenso, a partir de la segunda mitad del siglo XIX, de lo que de acuerdo con Echeverría, Benjamin denominó "el valor para la exhibición/exposición o para la experiencia estética de las masas" (Benjamin, 2003, pp.15-16, originalmente publicado en 1935).

²⁸ Así lo propusieron Adorno y Horkheimer, cuando la democratización de la cultura borró o hizo más endebles las fronteras entre lo que se consideraba como alta cultura y la baja cultura.

²⁹ En la tesis de Benjamin, según la introducción de Bolívar Echeverría, Adorno y Horkheimer encuentran una "masa amorfa manipulada al antojo de los *managers* de un monstruoso sistema generador de gustos y opiniones cuya meta obsesiva es la reproducción, en infinidad de versiones de todo tipo, de un solo mensaje apologético que canta la omnipotencia del capital y alaba las mieles de la sumisión" (Benjamin, 2003, p.25 originalmente publicado en 1935). En concordancia con esta idea, Winner apunta que "el mercado responde a las expresiones de gusto y del deseo popular y a las identidades que la gente prefiere, intentando producir más de eso mismo" (2004, p.60).

difundir mensajes a mayor escala. De tal suerte que la pornografía es percibida como un producto comercial desde que sus materiales se industrializaron permitiendo que los sectores, ahora considerados como no burgueses, se incorporaran al consumo gracias a la disponibilidad de sus productos, que en estos momentos actuales circulan, se difunden y se ofertan de forma masiva a través del internet (Nivón, 2014 comunicación personal).

4.2 Hiperespecialización y tipos de pornografía

Otras cuestiones que conviene apuntar son aquellas que Arcand (1993) vislumbró y que parecen seguir vigentes al día de hoy, sobre todo en algunos elementos correspondientes al fenómeno pornográfico en internet. Para dicho autor, luego de un minucioso análisis sobre la modernidad³⁰ y su relación con la pornografía, hay aspectos que no debemos dejar de considerar.

Retomando los avances tecnológicos que permitieron un alcance masivo de los materiales pornográficos, estos mismos desarrollos han favorecido el aprovechamiento del contexto social -marcado por un intenso consumismo que dibuja el entorno (Hernández Moreno, 2015)- por parte del individuo -usuario-, que actualmente parece percibir y convertir el universo privado en el que se sitúa en algo más seguro (Díaz y Roque, 2014) y todavía “más espectacular que lo que la escena pública” (Arcand, 1993, p.172) le puede brindar. En parte gracias a las infinitas posibilidades de trabajo, ocio y entretenimiento que se encuentran dispersas en internet y en las redes sociales a las cuales se accede con tan sólo presionar un clic.

La misma diversidad de contenidos disponibles en la web fomenta que los usuarios -inmersos en esta sociedad consumista (Hernández Moreno, 2015)- sientan la necesidad de “alcanzar sus objetivos cada vez más rápido” (Arcand, 1993, pp.180-181), por lo que construyen constantemente su propio conocimiento y buscan

³⁰ Estamos de acuerdo con Arcand (1993) en que la imagen global de la modernidad es imprecisa. A pesar de ello, varias de sus ideas sobre este proceso son útiles para relacionarlas con la producción y el consumo de pornografía en internet.

aprender y obtener determinadas cosas “sin la exigencia de un gran esfuerzo de por medio” (Arcand, 1993, pp.164-165). Esta cuestión de satisfacer los propios intereses de forma cada vez más inmediata es fundamental para comprender las dinámicas que tienen lugar en internet, y es factible trasladar este asunto de nuevo a la pornografía, pues como veremos más adelante, la tecnología actual permite a los usuarios acceder a un sinfín de contenidos pornográficos -previamente clasificados y organizados- con tan sólo presionar unas cuantas teclas en su dispositivo tecnológico, propiciando un proceso de consumo que cada vez es más veloz.

Así, nos encontramos frente a una “*hiperespecialización*”³¹ (Arcand, 1993, p.173) de la oferta de contenidos que les permite a los usuarios ser más precisos no sólo en sus búsquedas, sino en sus elecciones de consumo.

A propósito de esta *hiperespecialización* hay que subrayar la gran variedad de productos pornográficos que se encuentran vertidos en el ciberespacio³². Peña Sánchez recomienda que la pornografía, a grandes rasgos, se clasifique en tres amplios géneros:

1. *Softcore*, considerado como la expresión gráfica del cuerpo que integra desnudos parciales del cuerpo femenino y masculino, pero no incluye primeros planos de los genitales ni de prácticas sexuales, las cuales siempre aparecen encubiertas, difuminadas y en la oscuridad, sugiriendo una escena sexual pero sin enmarcarla explícitamente (ejemplo de ello son algunos tipos de *hentai*³³).

³¹ Es curioso que años más tarde esta “*hiperespecialización*” sería retomada y analizada más detalladamente bajo el nombre de “filtro burbuja”, como observamos en este mismo trabajo.

³² Considerando este asunto, podríamos exponer que quienes ubican y consumen productos específicos dentro de esta gran variedad pornográfica disponible en el ciberespacio, constituirían comunidades de interés. Según Langdon Winner dichas comunidades están conformadas por usuarios con gustos y puntos de vista similares. “Gracias al internet los usuarios pueden delimitar aquella serie de asuntos que se centran justamente en lo que les interesa en un momento dado” (Winner, 2004, pp.62-63).

³³ Básicamente el *hentai* es un género de ficción japonesa de contenido pornográfico narrado a través de dibujos animados o historietas.

2. *Mediumcore*, expresión gráfica del cuerpo que integra desnudos totales y primeros planos de los genitales, pero no prácticas sexuales explícitas (ejemplo de ello son algunas revistas como *Hustler*, *Playboy* y películas de carácter erótico).

3. *Hardcore*, expresión gráfica del cuerpo basada en la demostración de un acto sexual explícito de cualquier tipo (integra un amplio conjunto de subgéneros dados por características físicas, edad, sexo, fetiches, uso de animales y fluidos corporales, por preferencias sexuales y otras expresiones de la conducta sexual, *amateur*, profesional, tipo de acto sexual, comics, alternativo, extremo o ultra *hardcore*, entre otros) (2012, pp.48-49).

Añadiremos que los subgéneros que componen al *hardcore* parecen desbordarse en internet ante la abundancia y multiplicidad de prácticas que son consideradas como de este tipo. Entre las más conocidas podríamos mencionar desde el *Squirt*, *Threesome*, *Barebacking*, *Creampie*, *Bukkake*, *Gang Bang* y el *Gloryhole*³⁴, hasta aquellas expresiones que implican actos sexuales de violencia gráfica y explícita que se desplazan en la frontera entre lo legal y lo ilegal.

Los elementos antes descritos, en su conjunto, no hacen más que facilitar el acceso de los usuarios a los productos pornográficos en internet. Por ejemplo, refiriéndonos a la inmediatez y a esa búsqueda de lo que es “realmente útil” (Arcand, 1993, p.174), un usuario que decide visualizar algún video porno en línea cuenta con las herramientas tecnológicas suficientes para no tener que ver la escena completa³⁵, y dirigirse rápidamente a la(s) parte(s) del clip que considere como más atractiva(s)

³⁴ Para una descripción detallada acerca de cada uno de estos subgéneros se puede consultar el artículo de Mario Suárez del año 2015 publicado en *El País* titulado “Del porno al sexo cotidiano: los “palabros” que debes manejar”. Disponible en línea en elpais.com.

³⁵ Aguinaga puntualiza que “en términos de consumo visual el porno termina en el instante en que el deseo es satisfecho” (2010, p.39).

o excitante(s)³⁶, lo que sugiere que en este contexto la “seducción lenta” (Arcand, 1993, p.161) ha perdido gran parte de su encanto. En palabras de Jean Baudrillard,

“nos hemos transformado en la cultura de la eyaculación precoz, una cultura que quiere que todo esté producido, que todo se lea (...), que todo sea dicho, acumulado, clasificado, enumerado (...) nunca seducción allí, ni en el porno, porque se trata de una producción inmediata de actos sexuales (...)” (Baudrillard, 1979, p.53 en Arcand, 1993, p.181).

5. Pornografía convencional y pornografía en internet

5.1 Cambios en la producción y distribución de pornografía gracias al internet

A partir de estos antecedentes resulta importante describir algunas de las transformaciones que ha sufrido la pornografía con la llegada del internet. Algunos autores se refieren a ésta como “nueva pornografía” o “ciberpornografía”. Para efectos de las metas que persigue nuestra investigación, brindaremos ciertas características de cómo surge y se desarrolla la pornografía en el internet, marco en el cual intentaremos insertar a las modelos de cámara web como parte de esta nueva concepción, particularmente al sitio *My Free Cams.com*.

A mediados de la década de los noventa es cuando se alcanza un mayor acceso al internet, circunstancia que marcó un cambio drástico no sólo en las formas en las que se consumía pornografía, sino en la producción y distribución de sus materiales.

³⁶ La articulación entre lo que aparece en la escena y lo que el espectador está buscando y define como “su pornografía” es lo que Barba y Montes (2007) denominan como “La Ceremonia del Porno”.

Un ejemplo que nos permite atestiguar cómo la representación impresa de la pornografía se empezaba a instalar en este nuevo espacio -percibido desde entonces y hasta ahora como un terreno común que hacía posible explorar distintas alternativas y actividades sexuales (Phillips, 2015)- nos remonta a las primeras colaboraciones entre usuarios de internet que compartían materiales pornográficos usando esta nueva herramienta. Particularmente, las imágenes contenidas en revistas “para adultos” -como *Playboy* y *H para Hombres*- que determinados usuarios habían adquirido y poseían en físico, pasaban por un proceso de escaneo y digitalización llevado a cabo por ellos mismos con la finalidad de poner las fotografías al alcance de más usuarios de forma gratuita³⁷. Dicho ejercicio de colaboración no impedía la existencia de otros materiales pornográficos anclados en la web catalogados como “exclusivos”, a los cuales se accedía mediante pagos con tarjetas electrónicas, pero sí representaba una gran alternativa para quienes deseaban consumir y adquirir estos contenidos sin poder o querer invertir dinero para conseguirlos.

Autores como Dines (2010) y Ballester (et al. 2019) sugieren la viabilidad de hacer una distinción clara entre lo que consideran como la pornografía convencional - anterior a la aparición del internet- y la nueva pornografía, que es aquella que se publica y se distribuye en el ciberespacio. De acuerdo con Ballester, Orte y Pozo (2019), la pornografía convencional es de impacto limitado, pues encontrarla no era una tarea tan sencilla y adquirirla representaba un gasto que resultaba un tanto elevado. El que fuera más difícil de conseguir implicaba cierta exposición pública de quien la adquiría, lo que podía repercutir directamente en el individuo a través de juicios de valor, etiquetas sociales y señalamientos. Este tipo de porno convencional se caracteriza por el empleo de imágenes impresas o filmaciones distribuidas de forma ilegal o en puestos de periódicos³⁸, sex-shops, o en comercios de video (Ballester et al. 2019).

³⁷ Lena Soderberg sería conocida como “la primera dama de internet”, pues sus fotos escaneadas gozaron de una circulación masiva en la web. Lena protagonizó las imágenes del número más vendido en la historia de la revista *Playboy* en noviembre de 1972 (Amiguet, 2013).

³⁸ Tras una breve charla con un voceador que tiene un puesto de periódicos afuera de una estación del metro de la CDMX, éste nos comentó que cuando vendía revistas pornográficas solía meterlas en un sobre amarillo para

Pese a esta propuesta, Guillén recomienda que el porno convencional todavía estaría dirigido a un público específico, debido a las posibilidades de acceso con las que cuentan [o no] personas que no están acostumbradas al uso y manejo de las nuevas tecnologías, de tal suerte que un gran número de consumidores de pornografía preferirían seguir teniendo los materiales en físico -revistas y películas en DVD- a su disposición. Por otro lado, las personas más jóvenes que tienen un mayor acceso y manejo de dispositivos tecnológicos, se decantarían por el consumo de archivos pornográficos digitales, los cuales conectan adecuadamente con la denominada nueva pornografía (Kor, 2014; Ballester et al. 2019), que es aquella que ha encontrado un terreno apropiado en el ciberespacio para distribuir sus productos entre una mayor cantidad de consumidores.

Al modificar su distribución en internet, el porno “supera las limitaciones observadas, pero también modifica los sistemas de producción y las consecuencias que de él se derivan” (Ballester, et al, 2019, p.253). Vale la pena señalar que los autores de esta propuesta se refieren de forma un tanto prejuiciosa y estereotipada a las consecuencias originadas por la pornografía en internet, puesto que, según su perspectiva, dichas repercusiones están encaminadas todas ellas a la adicción masculina adolescente resultante de una mayor exposición al fenómeno y por ende a un mayor consumo -del porno pero también de la prostitución-, a las agresiones sexuales, afectaciones en el autoestima de quien las consume y distintas expresiones de violencia que se reflejan en sus relaciones interpersonales y hasta amorosas, por mencionar sólo algunas. Sin restarle mérito a sus afirmaciones, por ahora, consideramos que existe una carga sumamente negativa en cuanto a su visión acerca del fenómeno pornográfico. Empero, algunos de sus postulados, con los matices necesarios, son de suma utilidad para referirnos a la pornografía en internet.

que la gente no lo etiquetara a él y al consumidor como de “pervertidos o sucios morbosos indecentes” (Voceador, 2020 comunicación personal). Sin embargo, como Guillén lo analizó (2013), existe toda una lógica detrás de esta distribución de materiales pornográficos en puestos de periódicos que escapa de las manos de los productores del contenido porno, pues son los voceadores los que se encargan de ofertar y vender los productos. A su vez, estos materiales circulan de forma un tanto desigual, enviando ciertas revistas y DVDS a zonas marginales y alejadas, y otros de mayor prestigio y costo a los cuadros principales de la ciudad.

Para efectos de nuestra investigación, y específicamente para el desarrollo de este apartado, resulta especialmente provechoso que tengamos clara la división entre pornografía convencional y nueva pornografía, pues nos ayudará a tener un mejor entendimiento del fenómeno pornográfico que se desenvuelve y se concentra en el ciberespacio. Y es que el hecho de que gran parte de la oferta pornográfica que se empezaba a mostrar en internet fuera más accesible, gratuita y pudiera consumirse desde el anonimato protegiendo las identidades de los usuarios, contribuyó significativamente en el aumento de su popularidad³⁹, de su disponibilidad, de su reconocimiento y de su consumo.

Al encontrar una amplia variedad de contenidos pornográficos en la web, los usuarios podían visualizar y seguir compartiendo fotografías y videos desde sus computadoras y más recientemente desde sus teléfonos inteligentes. Con todo, este aumento en cuanto al reconocimiento de la pornografía en internet no implicó necesariamente una mayor aceptación social tanto en la práctica de consumirla como en la de producirla y de distribuirla.

5.2 Medios de comunicación y pornografía. *Pornoesfera y pornochic*

Ante esta situación, nos parece esencial hacer un alto en nuestro recorrido para tratar brevemente lo que González Caldito (2015) apunta respecto a que las sociedades occidentales se han empezado a acostumbrar a la producción pornográfica, y que D'Orlando (2011) interpreta como un aumento en la aceptación social del uso de la pornografía. Esto encuentra relación con uno de los principales postulados de McNair (2004), quien es retomado por Guillén (2013) para exponer las características más elementales de lo que el primero propone como "*pornoesfera*" y "*pornochic*" (McNair, 2004 en Guillén, 2013). Muy a grandes rasgos, estos términos hacen alusión al uso de la pornografía y del sexo como una estrategia comercial que puede resultar atractiva y redituable en ámbitos que no son

³⁹ Kor recupera a Cooper al señalar que "el motor Triple-A -accesibilidad, asequibilidad y anonimato- impulsa la popularidad de la pornografía en internet" (Cooper, 1998 en Kor et al. 2014, pp.861-868).

precisamente los que describimos en nuestro primer capítulo como constitutivos de la industria del sexo. De acuerdo con Agger, quien es retomado por Phillips,

"Vivimos en una cultura sexualizada en la que las imágenes de la sexualidad y los cuerpos sexualizados se han convertido en algo común, disponible para cualquier persona con una computadora portátil o teléfono inteligente" (Agger, 2012, p.20 *en* Phillips, 2015, p.67).

La expansión de la pornografía gracias al internet, y el sexo como gancho para posicionar en el mercado algunos productos ha tenido lugar en distintas esferas, "entre las que destacan la publicidad, el arte, la industria musical y la televisión, por mencionar sólo algunas" (Guillén, 2013, pp.124-135). En sintonía con lo anterior, McNair sostiene que

"las nuevas tecnologías de la información han posibilitado que la experiencia pornográfica se convirtiera en algo habitual y han eliminado algunas de las inhibiciones morales tradicionalmente impuestas a su consumo para muchas personas que de otro modo serían <indecentes>" (2004, pp.68-69 *en* Guillén, 2013, p.125).

Con relación a esta propuesta consideramos que habría que matizar, ya que la experiencia pornográfica todavía no se convierte en algo habitual para todas las sociedades, aunque las personas puedan reconocer como habitual la existencia del porno en su sociedad. Tampoco se han borrado completamente las inhibiciones morales impuestas no sólo a quien consume, sino a quien produce y distribuye materiales pornográficos. Recordemos que Ronald Weitzer en años recientes (2017) considera que aún existe un "estigma" social que casi siempre está presente en el trabajo y en el trabajador sexual.

El estilo de vida *swinger*⁴⁰ en la Ciudad de México, para tomar un ejemplo, a pesar de que goza de una presencia y visibilidad notable en páginas porno de internet -

⁴⁰ Este estilo de vida no es pornografía como tal, aunque algunos de sus miembros han empezado a ser cada vez más reconocidos por personas *swingers* y no *swingers* gracias al material que sí podríamos catalogar como

comerciales y *amateurs*-, algunos periódicos, revistas y principalmente en la red social *Twitter*, no es una práctica sexual habitual que hoy en día sea bien vista y aceptada socialmente. De hecho, en la mayoría de las fotos y videos que ellos mismos protagonizan y comparten, los *swingers* ocultan sus rostros y buscan proteger sus identidades para que sus amigos, familiares y hasta compañeros de trabajo no sepan que son partícipes de este tipo de prácticas.

Algo similar ocurre con Andy, modelo mexicana de cámara web, quien también busca mantener oculta su identidad mientras realiza sus transmisiones en el sitio *My Free Cams.com* para no ser reconocida por personas que naveguen por este espacio virtual y que pudieran ser cercanas a ella, por lo que utiliza una serie de artículos que la ayudan a disfrazarse de algún modo.

“Honestamente no me gusta mostrar mi cara durante las transmisiones, tampoco en las fotos o videos que envío, a pesar de que la mayoría de los usuarios me piden que les enseñe mis ojos y mi sonrisa en el chat *room* de *MFC*. Es por esta situación que decido utilizar algunos artefactos para disfrazarme un poco. Entonces me empecé a poner pelucas de colores, *piercings* que en realidad no tengo y otras tantas cosas para ocultarme un poco y que nadie reconozca quien realmente soy” (Andy, 2020).

pornográfico, y que los mismos *swingers* producen, protagonizan y publican en *Twitter* y en páginas pornográficas en internet como *Xvideos* y *PornHub*, por mencionar sólo algunos

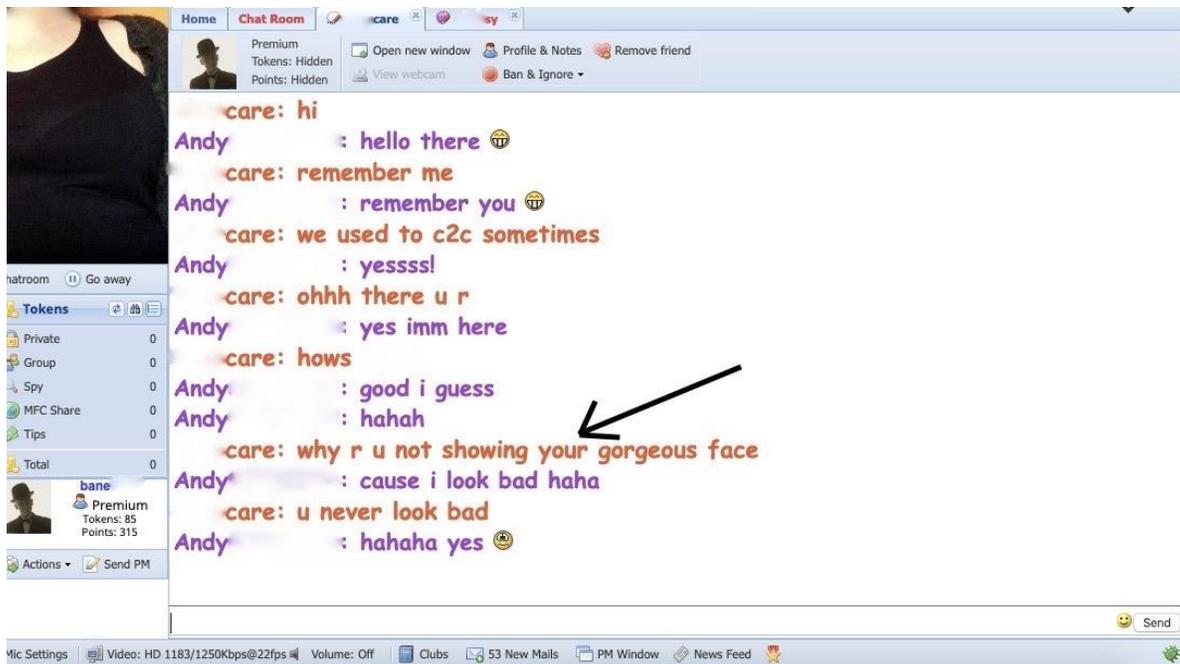


Ilustración 2. Ejemplo tomado de la sala de chat de Andy en MFC. ¿Por qué no estás mostrando tu 'maravilloso' rostro? le pregunta un usuario ante su negativa de enfocar su cara para que puedan verla.

A la par, la productora de pornografía mexicana *Sexmex*, en favor de “su creciente producción de contenidos mensual” busca “modelos femeninas”⁴¹ interesadas en incursionar en el porno. Sin embargo, de los 5,000 hasta los 30,000 pesos que supuestamente una mujer podría percibir por su participación en videos pornográficos dependen ciertos factores. Uno de los más determinantes es si se muestra el rostro de la participante o no. Aparentemente si una chica decide filmar haciendo uso de antifaces o pelucas que de algún modo resguarden su identidad, el monto a percibir por parte de la productora puede variar considerablemente, inclinándose a que las nuevas actrices aparezcan con el rostro al descubierto en sus escenas.

Como observamos en esta serie de ejemplos, lo que se busca es tratar de que el círculo social más próximo a las personas involucradas no se entere de las prácticas que éstas llevan a cabo, puesto que ese reconocimiento podría traer consigo prejuicios y señalamientos que afectarían de formas diversas las vidas de quienes

⁴¹ Esta información y más se encuentra disponible en sexmex.xxx/casting/chicas

por gusto o por necesidad se han incorporado al *swinger* o a la oferta pornográfica en internet, respectivamente.

Aun así, es bien sabido que el sexo vende (Guillén, 2013) y que en ocasiones pareciera haber un “cambio de mentalidad en cuanto a la censura social de la exposición pública de la sexualidad” (Guillén, 2013, p.295) dependiendo del contexto en que se lleve a cabo tal exposición, sobre todo cuando ésta tiene lugar en medios de comunicación que hoy en día ya son catalogados como tradicionales.

En shows y programas de televisión, especialmente en aquellos dedicados a exponer notas de las celebridades y la farándula, podemos encontrar secciones destinadas a comercializar productos distintos, algunos de ellos relacionados con suplementos o fármacos que contribuyen a que los hombres tengan un mejor desempeño sexual en sus relaciones íntimas, y que son transmitidos y publicitados en horarios clasificados como “aptos para toda la familia”.

El programa llamado “*Chismorreo*” que se transmite todos los días de 3:30 a 5:00 de la tarde por el canal 6 de multimedios dedica una sección a la presentación de uno de estos productos, conocido también como “la pastilla negra” que “vigoriza la vida sexual de manera prolongada y efectiva” según se describe en su sitio web *adulta.mx*. Además, hay una constante rotación y exposición en cortes comerciales de lo que parecería ser la competencia más próxima de la pastilla negra, el suplemento para hombres “que quieren más” conocido como “*MForce*”.

Por otro lado, el portal de noticias en línea SDP tiene una sección titulada “*SEXXXION*” en la que se incluye un apartado denominado *Estrellas Porno*. De igual manera, en plena época del covid19 se han elaborado notas periodísticas que informan en sus publicaciones sobre la aportación que ha realizado *PornHub* - página porno a la que haremos referencia constante en este trabajo- frente a la pandemia y el confinamiento social, poniendo su material “exclusivo” -aquel por el que hay que pagar- como de libre acceso para cualquiera que desee echarle un

vistazo⁴². Asimismo, hay notas que reportan un crecimiento exponencial en las ventas de vibradores y “*teledildonics*” comercializados por la tienda “*Erotika*”, que es probablemente el establecimiento de artículos eróticos más famoso de México⁴³.

Finalmente, un comentarista deportivo mexicano durante la narración en vivo de un partido de fútbol de videojuego -conocido como *E-Liga MX*- comparó en la transmisión los movimientos de uno de los jugadores de los equipos que disputaban el encuentro con los de una famosa actriz porno estadounidense -Riley Reid-, lo que le valió reacciones de los usuarios de todo tipo, que fueron desde lo chusco y lo divertido, hasta una desaprobación ante tal comparación, tachando incluso como de desafortunado el comentario que este sujeto emitió⁴⁴ por haber hecho alusión a la pornografía en televisión y en cadena nacional.

Conforme hemos podido notar hasta este punto, los medios de comunicación tradicionales también han jugado un papel a favor de la difusión de contenidos sexuales y pornográficos. Empero, este papel parece ambivalente, al asumir dos roles distintos y hasta contradictorios entre sí. Por un lado muestran cierta aceptación y apertura ante diversas expresiones sexuales, incluso se convive y hasta se tolera la idea de la existencia de una amplia oferta pornográfica disponible -en su mayoría- en internet. En el otro extremo, los mismos medios siguen censurando y etiquetando determinadas prácticas que podrían clasificar como no adecuadas para su exposición masiva. Yehya alude que

⁴² El portal mediotiempo.com –entre otros como entrepreneur.com y zonafranca.mx- publicó el artículo titulado “Portal para adultos dará acceso Premium en México durante cuarentena” el 30 de marzo de 2020. Disponible en línea.

⁴³ Medios como INFOBAE, LA RAZÓN, MILENIO y EURONEWS, por citar sólo algunos, han dado cuenta de este aumento exponencial en la venta de juguetes sexuales en México a raíz de la pandemia -aproximadamente entre los meses de abril y mayo de 2020-, asegurando que las mujeres son quienes más compran estos artículos. Para acceder a las notas basta con dirigirnos a Google Noticias y rastrearlas desde ahí

⁴⁴ El hecho quedó registrado en video por algunos aficionados que veían la transmisión y que lo pusieron disponible en sus perfiles de *Twitter*. También el portal de Radioformula.com.mx reportó el incidente el día 22 de abril de 2020.

“Una de las funciones de los medios de comunicación masiva -los cuales muy a menudo están en manos de empresas transnacionales, de monopolios privados o estatales- es mantener la ilusión de coherencia de esa cultura nacional, así como la relevancia de su inserción dentro de la cultura universal” (1996, p.8).

En su afán por mantener una ilusión de coherencia de cultura nacional, estos medios masivos son especialistas en difundir mensajes que promocionan valores determinados. Dichos valores son los que configuran una especie de base moral sobre la cual se construye y se reproduce la sociedad, provocando que ciertos discursos, prácticas y expresiones sean reprimidos y no gocen de promoción favorable por parte de estos medios y los intereses que hay detrás de ellos.

De nueva cuenta Yehya (1996) resume esta cuestión a la perfección en el apunte que veremos a continuación, el cual nos pone en perspectiva frente a las ideas de decencia, obscenidad y perversión, relacionadas todas ellas con la moral. Estos conceptos han acompañado y adjetivado al fenómeno pornográfico desde sus primeras expresiones y han sido señalados, documentados y tratados a profundidad por autores como Arcand (1993), Kendrick (1996), Aguinaga (2010) y Guillén (2013),⁴⁵ por lo que en el caso que aquí nos atañe, nos limitaremos a prestar atención a la siguiente propuesta.

“Los medios de comunicación se dedican a promocionar valores y a reafirmar o desplazar tradiciones, así como a sustituir mitos y definir el patriotismo y los enemigos nacionales, internos y externos. Una de las labores principales de estos medios es difundir y mantener bien claros los estándares de lo aceptable en términos morales, así como (re) construir y adaptar conceptos como decencia, obscenidad y perversión. Los

⁴⁵ Las obras de estos autores hacen un recorrido sumamente completo y casi historiográfico de la pornografía, por lo que pueden consultarse sus trabajos si se desea obtener más datos al respecto. Arcand, B. (1993). *El jaguar y el oso hormiguero. Antropología de la pornografía*. Kendrick, Walter. (1996). *The Secret Museum: Pornography in Modern Culture*. Aguinaga Aillón, Diego Javier. (2010). *Pornografía en internet: visualidad y representación corporal*. Guillén, Héctor. (2013). *Desnudando al porno. Controversias en torno a la comercialización del sexo a través del proceso de producción de pornografía amateur: la Editorial Matlarock en México*.

valores que pregonan [los medios] tienen su fundamento en las grandes religiones”
(Yehya, 1996, p.8)

Dentro de esta definición y promoción de valores que se utilizan para mantener “los estándares de lo que puede ser aceptable [o no] en términos morales” (Yehya, 1996, p.8), observamos que el autor atribuye la instauración de dichos valores principalmente a las grandes religiones. Para las sociedades occidentales es probable que estos estándares morales encuentren una parte de su fundamento en las raíces judeocristianas de la heteronormatividad (Tudela, 2012). A pesar de ello, es factible sugerir que las diferentes corrientes políticas, junto con sus respectivos actores, también tienen cierta injerencia en los medios de comunicación y sean una pieza fundamental del total de los encargados de la regulación de determinados tipos de contenido. Por lo tanto, quizá este control del estándar moral no se deba únicamente a la participación e influencia de las grandes religiones ni de empresas transnacionales (Yehya, 1996).

La política y su múltiple abanico de intereses también poseen un peso específico al momento de pregonar y decantarse por la promoción de algunos valores en particular, en pro de favorecer la difusión de productos culturales que cumplan funciones específicas en los procesos de reproducción de ideas, discursos, significados y conductas “apropiadas” que sirvan para evitar amenaza alguna “al orden social” (Arcand, 1993, p.152).

En consecuencia, la pornografía, en conjunto con sus distintas expresiones, no queda exenta de una serie de regulaciones y prohibiciones, y aunque no podemos asegurar que consumir y producir pornografía en la actualidad sea una práctica habitual a la que la sociedad se esté acostumbrando cada vez más, sería equivocado pensar que no hay cierto grado de aceptación y que la misma sociedad no es consciente de la existencia, la proliferación, la alta demanda y el uso de estos productos pornográficos.

Por tal razón es imprescindible otorgarle la debida importancia al contexto, pues en una sociedad como la mexicana en la que siguen prevaleciendo tabúes en cuanto

al consumo de pornografía y a “otras formas diversas de expresión y ejercicio de la sexualidad” (Guillén, 2013, p.126), la pornografía puede seguir siendo objeto de censura al cargarla de sentidos negativos y descalificaciones que la sociedad afirma y reconoce como tal (Aguinaga, 2010).

5.3 Representación del cuerpo en internet

Un aspecto importante que no hay que dejar de mencionar es el de la representación del cuerpo en internet⁴⁶. Los distintos desarrollos tecnológicos, pero específicamente el uso de teléfonos inteligentes con cámaras para tomar fotografías y grabar videos de mejor calidad, han permitido y motivado una exposición masiva de la intimidad de los sujetos, la cual puede alojarse en el ciberespacio (Arcand 1993; Aguinaga, 2010), propiciando que algunas escenas consideradas como privadas se hagan cada vez más públicas en la web. Evidencia gráfica de esto son aquellas imágenes y videos *amateurs* disponibles en línea, los cuales pudieron ser grabados y puestos a disposición de los usuarios por los mismos protagonistas de dichas representaciones sexuales, como ocurre la mayor parte del tiempo.

Es interesante señalar en este punto la aparición del término conocido comúnmente como “*pornovenganza*”, que en síntesis hace referencia a la difusión de imágenes de contenido sexual -sean fotos o videos- de una persona sin el previo consentimiento de ésta para compartirlos⁴⁷. En ocasiones se da a conocer el nombre y otros datos personales del protagonista de dichas imágenes haciendo pública su identidad. Esta acción puede representar graves consecuencias, sobre todo en cuanto a una violencia simbólica traducida en prejuicios y estigmas sociales de los cuales puede ser objeto la persona afectada.

Aunado a este nuevo mecanismo de venganza digital, en internet también circulan archivos que han sido tomados *-hackeados-* ilegalmente y que al ser filtrados y

⁴⁶ Arcand se refería a las representaciones de la persona que se hacían gracias a los desarrollos tecnológicos como procesos de “autoconstrucción, como una fase moderna de autofabricación” (1993, p.162).

⁴⁷ Estas acciones hoy en día se encuentran penalizadas en 16 estados de la república mexicana gracias a la aprobación de la llamada “Ley Olimpia”, la cual reconoce la violencia digital -acoso, hostigamiento, difusión de contenido sexual sin consentimiento- como un tipo de delito. Para más información se puede consultar el sitio web forojuridico.mx

publicados en páginas que podríamos catalogar como de contenido pornográfico, exponen las intimidades de personajes famosos -entre los que destacan actrices, actores, modelos y deportistas- poniendo al alcance de los usuarios estos materiales. Es probable que esta práctica exista y se lleve a cabo gracias a cualquier descuido en cuanto al manejo de las fotos y videos de contenido sexual que una persona -famosa o no- crea y decide compartir con alguien más por medio de sus dispositivos inteligentes, pero es gracias al uso de las tecnologías que este tipo de contenidos encuentran cabida en la web.

En congruencia con esta breve explicación, en el año 2018 surgió un fenómeno que adquirió gran popularidad y que resulta útil para ejemplificar cómo es que los desarrollos tecnológicos “posibilitan cambios en cuanto a las representaciones del cuerpo en internet” (Aguinaga, 2010, p.39). La creación de la aplicación conocida como “*Fakeapp*” provocó que más de una persona que navegaba en la web cayera en la trampa de creer estar viendo a sus actrices o actores favoritos protagonizando escenas pornográficas que habían sido filtradas en el ciberespacio. Esta especie de porno falso que fue tomado como real por algunos usuarios (Cole, 2018), se debió al uso de la *app* antes mencionada, pues en resumidas cuentas, dicha herramienta permitía colocar la cara de cualquier individuo -celebridades no porno, en este caso- en cuerpos de actores y actrices porno que estaban ejecutando una escena. Por ende, el hecho de poner caras distintas que encajaban de manera casi perfecta con los cuerpos que les eran asignados arbitrariamente se convirtió en un acontecimiento que adquirió cierta relevancia en internet y en algunos otros medios de comunicación, los cuales también cayeron en el engaño de pensar que los videos disponibles realmente habían sido protagonizados por la persona a la que pertenecía el rostro que aparecía como gancho principal para atraer a más y más espectadores curiosos.

Tal cual lo apreciamos con el ejemplo anterior, un individuo que se vale de las herramientas tecnológicas que están a su alcance -que conoce y sabe utilizar- puede representar y narrar su cuerpo -o el de otros- en internet -no sólo en el ámbito pornográfico- “desde su propia perspectiva y conveniencia” (Aguinaga, 2010, p.44).

Es importante aclarar que respecto a la investigación que estamos llevando a cabo, nos dirigimos bajo la premisa de que el cuerpo sólo adquiere sentido en lo social, y por este motivo es cultural.

5.3.1 El cuerpo fragmentado

De acuerdo con Rodrigo Díaz⁴⁸ “toda experiencia del cuerpo está mediada por un conjunto de prácticas, discursos, símbolos y técnicas” (Díaz, 2006, p.148). Así, gracias al empleo de una serie de aplicaciones y de programas de edición, el cuerpo es modificado y modelado de acuerdo a las preferencias o propósitos de quien lo está manipulando, sin que exista forzosamente una correspondencia entre la representación del cuerpo *online* y el cuerpo físico preexistente, localizable fuera de línea *offline* (Ardevol et al. 2004; Boellstorff, 2008, 2012). Ya sea poniendo filtros en fotografías y videos que hacen más claros u oscuros los tonos de la piel, aumentando o reduciendo el volumen de ciertas partes del cuerpo, retocando o borrando “imperfecciones” como manchas, cicatrices, granos, estrías o celulitis, o simplemente como lo observamos con el caso de “*Fakeapp*”, recortando e intercambiando caras o partes del cuerpo de otras personas para dar la apariencia de un físico “casi perfecto” que en realidad no existe fuera del internet, estamos ante una gran gama de posibilidades que le permiten al individuo experimentar y “mostrar⁴⁹ únicamente lo que quiere y le interesa representar” (Aguinaga, 2010, p.44) sin importar tanto el aspecto que realmente tenga el cuerpo fuera del ciberespacio.

Adicionalmente, algunos de los cuerpos que observamos en el porno comercial disponible en internet suelen ser “ajenos a lo cotidiano” (Aguinaga, 2010, p.41) al estar asistidos por una serie de avances tecnológicos que van más allá del uso de filtros y edición en las imágenes que los representan, puesto que dichos cuerpos

⁴⁸ Para un recorrido completo sobre el cuerpo y las formas en las que se le ha concebido desde distintas perspectivas, véase “Las huellas del cuerpo. Tecnociencia, máquinas y el cuerpo fragmentado” (Díaz, 2006).

⁴⁹ El cuerpo es la herramienta vital para el performance: mostrar y por tanto actuar mediante códigos específicos.

son intervenidos quirúrgicamente para ser reconstruidos y modificados, de tal suerte que puedan mostrar ciertas partes de forma más exagerada que otras.

En el caso de las mujeres, el aumento en el volumen de los senos y los glúteos, así como la reducción de medidas de cintura y las cirugías plásticas que se realizan en el rostro son transformaciones que se hacen sumamente notables en algunas actrices. Para los hombres, los implantes de pectorales, el alargamiento del pene y el uso de medicamentos que mantienen la erección y que pueden aumentar su potencia y desempeño sexual durante las filmaciones son elementos tecnológicos de los cuales se suele echar mano también y que podríamos catalogar como cuerpos protésicos (Díaz, 2020 comunicación personal).

Esta inclinación por modificar el cuerpo valiéndose de distintos recursos tecnológicos nos da paso al siguiente punto, el cual resulta indispensable para comprender mejor la importancia de estos cambios en algunas expresiones pornográficas en internet⁵⁰.

Muy probablemente la razón por la que algunos individuos se decanten por modificar sus cuerpos de una manera específica es por la importancia que tienen y que han ido adquiriendo ciertas partes del cuerpo en internet y en particular en las redes sociales, en lo que se avizora como una ríspida e interminable batalla por la estética y la belleza en el ciberespacio. Específicamente en el porno, tal como lo observó Guillén (2013), un gran peso de la atención visual que se recibe recae no tanto en la persona que está ejecutando la escena pornográfica, sino en partes del cuerpo sumamente específicas, como pueden ser lo senos, los glúteos y los genitales.

“El cuerpo, como nunca, se ha convertido en una entidad enfáticamente fragmentada y fragmentable” (Díaz, 2006, p.160). Esta fragmentación del cuerpo⁵¹

⁵⁰ Entre las cirugías que pueden relacionarse con este ámbito, podemos encontrar el retoque genital, blanqueamiento anal, la reconstrucción del himen y el rejuvenecimiento vaginal, entre otros. Vozpopuli.com

⁵¹ Para ayudarnos a un mejor entendimiento, el autor nos da ejemplos de cómo la ciencia médica y los desarrollos tecnocientíficos resultan indispensables para la fragmentación y posible mercantilización del cuerpo. Prácticas como los trasplantes de órganos, la intervención genética y la utilización de prótesis mecánicas son parte de este proceso de fragmentación. Es importante señalar que esta propuesta es retomada por Guillén

nos lleva a preguntarnos cuáles serían realmente los elementos centrales y protagonistas de las imágenes y los videos pornográficos que hoy en día encontramos en internet⁵².

Según apunta Guillén, “la relevancia está en esos fragmentos [del cuerpo] cargados de significación sexual” (Guillén, 2013, p.286). Por nuestra parte, nos gustaría añadir a esta propuesta que la relevancia de estos fragmentos del cuerpo también podría depender en gran medida de los gustos particulares de cada individuo. Dos ejemplos breves para ilustrar.

La modelo de cámara web Andy comenta que algunos de sus “amigos” de *MFC* le solicitan la mayor parte del tiempo fotografías en las que únicamente aparezcan sus senos o sus glúteos, pero según sus propias palabras

“Es muy raro que me pidan una foto de cuerpo completo, de hecho eso no sucede con frecuencia. Si lo hacen suelo escoger algunos *emojis* [imágenes que se utilizan en redes sociales y en *WhatsApp*] graciosos que están disponibles en *Snapchat* para editar la foto y cubrir mi rostro con ellos [con los *emojis*], pues no me gusta que lo vean y lo puedan conservar de alguna forma en sus teléfonos o computadoras” (Andy, 2020)

En el mismo orden de ideas, es posible encontrar una clasificación sumamente especializada de videos o imágenes pornográficas en internet que se enfocan únicamente en mostrar partes muy concretas del cuerpo, como pueden ser el cabello, los labios, los pies, los senos, los glúteos y penes de diversos tamaños. A la vez, existen individuos que gustan de consumir materiales pornográficos protagonizados por personas a las que -por motivos que desconocemos- les hace

para analizar el performance pornográfico, por lo que pensamos que es adecuado hacer uso de dichas ideas en este trabajo

⁵² Por ejemplo, Ballester et al. (2019) afirma que en las escenas pornográficas todo comienza y termina con la visualización de la erección del pene.

falta alguna parte del cuerpo, como piernas, brazos o manos, pero que también se incluyen en esta oferta pornográfica.

De este modo, la multiplicidad de contenidos a los cuales se pueden acceder en los sitios de internet es muy amplia, pero el reconocimiento que se le otorga a determinados fragmentos del cuerpo podría ser el elemento que más llame la atención de los usuarios, quienes en algún punto pueden llegar a restarle importancia a la persona que posee dichos atributos⁵³.

A la vista de lo expuesto, parece ser tal el poder de atracción que posee “la carga de significación sexual atribuida a ciertos fragmentos del cuerpo” (Guillén, 2013, p.286), que es posible encontrar en *YouTube* -una plataforma que en el supuesto no distribuye contenidos pornográficos⁵⁴-, por señalar sólo un caso, pequeños videos de actrices, conductoras y deportistas que han sido manipulados por distintos usuarios de la plataforma con el propósito de hacer enfoques o *close ups* a partes específicas de sus cuerpos, entre los que destacan sus senos, sus glúteos, sus piernas y en ocasiones, incluso, sus partes genitales. En los clips brevemente descritos, las mujeres siempre aparecen vestidas, pero eso no representa un obstáculo para que alguien realice los enfoques que favorecen la visualización de una u otra parte de su cuerpo.

A fin de ilustrar, es factible encontrar videos dedicados exclusivamente en mostrar los reportes del clima que forman parte de noticiarios de distintas televisoras. Y es que estos reportes suelen ser presentados por mujeres jóvenes vestidas con ropa sumamente ajustada. Rememorando, en una sesión impartida por García Canclini en el año 2018, él mismo se refirió a este tipo de contenidos como el momento del

⁵³ Para Guillén (2013), el hecho de empeñarse en mostrar determinados fragmentos del cuerpo propicia que los cuerpos se nos presenten como intercambiables en el contexto pornográfico. El ejemplo que él nos ofrece describe la realización de una escena *amateur* en la cual se utilizan pelucas y disfraces con el fin de mantener ocultas las identidades de las personas que están participando en el film. Sin embargo, habiendo individuos que no son capaces de terminar la escena por distintos contratiempos, es posible reemplazarlos, pues el foco de atención está centrado en la parte genital, dándole prioridad a la filmación de estos fragmentos del cuerpo y no al rostro ni a la persona como tal.

⁵⁴ Curiosamente algunos actores porno profesionales y famosos hoy en día cuentan con canales de *YouTube* con cientos de miles de suscriptores y de reproducciones en sus videos.

“*pornoclima*”, dada la estructura y la manera en la que son presentadas estas secciones en la televisión.

A partir de este ejemplo cabría la posibilidad de sugerir si en estas situaciones en particular, la importancia de quién es la persona que está siendo objeto de estos *close ups* no resulta ser el detonante que motiva a que usuarios de la plataforma creen este tipo de contenidos, los compartan y también los consuman, privilegiando el factor de que las partes de ese cuerpo que está siendo seccionado le pertenecen a una persona en específico -famosa- que les llama la atención, y quien probablemente no participará de alguna escena pornográfica y, por ende, difícilmente mostrará esas partes de su cuerpo de una forma más pública y explícita.

Acaso esta situación pueda corresponder a la “*hipercorporalización*” (Díaz, 2006, p.156) de la que son objeto las mujeres, por ejemplo. Al considerárseles como individuos que son demasiado cuerpo -vinculadas casi siempre con “la maternidad, el matrimonio, la prostitución, la pornografía y la publicidad” (Díaz, 2006, p.156)-, se les percibe como personas muy encarnadas, sobre todo en un fenómeno como el pornográfico, el cual constituye la “*hipercorporalización*” por excelencia (Díaz, 2020 comunicación personal). Esto por supuesto es sólo una idea que se presenta como interesante, pero al no ser el tema central de esta parte de la investigación, dejamos abierta la posibilidad de retomar este caso en posteriores análisis incluidos en nuestro proyecto.

Con el propósito de cerrar esta parte, Aguinaga sugiere que la pornografía en internet “no necesariamente cambia la representación explícita de las prácticas sexuales” (2010, p.71), puesto que, para el autor, el cambio fundamental se da en cuanto al lugar en el que éstas se están presentando. Sin embargo, creemos que el internet ha permitido una mayor diversificación y distribución de materiales y prácticas pornográficas que pueden considerarse “como más extremas” (Guillén, 2013, p.66) y que antes quizá también se llevaban a cabo, pero no eran tan sencillas

de encontrar ni de obtener, como lo señala Aguinaga al reconocer que “hay una mayor visibilidad y desborde” (2010, p.39) del contenido pornográfico disponible en la web. En este punto es útil aludir a una de las características primordiales de la pornografía: su capacidad y su necesidad de innovar. Esta innovación no se limita únicamente a su adaptación y transformación gracias a los distintos desarrollos tecnológicos de la actualidad. También se encuentra presente en una mayor creación de contenidos y en una mayor diversidad de la oferta que se distribuye por internet, pues la pornografía se vuelve monótona con facilidad (Guillén, 2020 comunicación personal), de manera que es plausible sugerir que los modelos de cámara web, al igual que los videos y las fotografías *amateur*, podrían ser consideradas como una consecuencia de la innovación del porno en internet.

De acuerdo con Arcand, “la pornografía busca superarse constantemente y mantenerse excesiva” (1993, pp.180-181). Una prueba actual que ejemplifica lo dicho por Arcand y Guillén (2013) es la pornografía conocida como *snuff*, sobre la cual haremos algunos señalamientos muy puntuales más adelante. Luego de haber recorrido estas ideas, bastará con tener en claro que al igual que la pornografía, la representación y la fragmentación del cuerpo en internet pueden hacer uso de una serie de recursos tecnológicos cada vez más accesibles que le permiten a quien desee exponer dicha representación -publicando o compartiendo fotos o videos- manipular las imágenes y los cuerpos a su conveniencia llegando en ocasiones a engañar a los espectadores, lo que provoca que en más de una ocasión se consuman contenidos pornográficos y no pornográficos que en realidad no son lo que dicen ser.

6. ¿Nueva pornografía o Ciberpornografía? Pornografía en internet

6.1 La nueva pornografía

Después de haber hecho alusión a la posible aceptación social de la pornografía y a la representación del cuerpo en internet, nos parece necesario retomar el camino y acudir a Luis Ballester, Carmen Orte y Rosario Pozo (2019) de nueva cuenta. Estos autores, además de hacer la breve distinción de la pornografía -convencional y nueva- que revisamos en párrafos anteriores, lanzaron la propuesta de “la nueva pornografía” (Kor, 2014, p.862 *en* Ballester et al 2019, p.253), cuyas características textuales revisaremos en seguida.

La nueva pornografía,

(1) Se basa en filmaciones con mejoras constantes en los niveles de calidad, abandonando la distribución de imágenes en soportes tradicionales (jpg).

(2) Su oferta es mayoritariamente gratuita, aunque se vincule a empresas capitalistas de dimensiones variables y se relacione directamente con cuatro mercados, en expansión en el mundo de internet: el de la publicidad; el de las filmaciones pornográficas de alta calidad (en directo, por encargo, seleccionadas por catálogo, etc.), el de los contactos libres, y el de los contactos pagados (prostitución).

(3) Su distribución es constante en casi todo el mundo, pues existen centenares de miles de filmaciones, constantemente ampliadas.

(4) La nueva pornografía no tiene límite en las prácticas sexuales que presenta, desde las más convencionales hasta prácticas de gran riesgo o directamente ilegales.

(5) En la nueva pornografía se pueden encontrar diversos niveles de interactividad, desde la mínima interacción (visualización de filmaciones), hasta la relación cara a cara a partir del contacto a distancia, en un nuevo contexto de acceso a la prostitución, pasando por modalidades de diversa implicación. (Ballester et al. 2019, pp.253-254).

Es preciso hacer notar que estas características contribuyen a que tengamos una perspectiva más amplia de los cambios y las adecuaciones sustanciales que ha sufrido la pornografía de la mano del desarrollo tecnológico. Evidentemente existe una superioridad en cuanto al servicio y al contenido que ofertan las distintas páginas en internet que distribuyen y comercializan productos pornográficos, cuyas imágenes y videos gozan de una mejor calidad y resolución. Aunado a esto, si los usuarios cuentan con una conexión que sea lo suficientemente potente y les brinde una buena velocidad de acceso -que parece ir en aumento-, los materiales que éstos visualicen y descarguen tardarán tan sólo unos cuantos segundos en estar a su disposición, haciendo más cortos los tiempos de espera que experimentaban en los primeros años del internet. Otra de las posibilidades que brinda esta nueva

pornografía es la recuperación y el acceso a un gran acervo de fotos y videos que fueron realizados hace algunas décadas y que sin el internet no podrían ser almacenados ni estar disponibles para ser consumidos al día de hoy.

No obstante, tal cual se puede apreciar en los puntos descriptivos de la nueva pornografía, nos encontramos de nuevo con un fenómeno que intentamos aclarar y separar desde el inicio de este texto: la prostitución. Es interesante que el trabajo elaborado por los autores antes señalados -provenientes del campo de la sociología y de la pedagogía- encuentre la manera de relacionar a los elementos constitutivos de la nueva pornografía con la prostitución, insinuando, incluso, que un adolescente que consuma pornografía en internet también recurrirá casi en automático a los servicios de prostitución ofertados en línea sólo por su posible exposición ante ambos fenómenos en el ciberespacio.

Pareciera que una vez más estos autores se posicionan respecto a la pornografía de forma negativa -como lo vimos previamente en su propuesta sobre los efectos de la nueva pornografía- al sugerir que el hecho de consumirla puede incidir de forma casi determinante para que una persona recurra a los servicios de la prostitución⁵⁵. Y si éste fuera el caso, ¿sería realmente tan controversial que alguien decidiera recurrir a la prostitución como una posible alternativa?

Y no es que no existan alianzas entre los distintos espectáculos y experiencias que componen a la industria del sexo con la pornografía, tal como lo observaremos en los siguientes apartados de nuestra propuesta. Pero traer a la prostitución como un elemento que puede formar parte de la descripción meramente enfocada en tratar el tema de la [nueva] pornografía en internet nos parece curioso y hasta cierto punto forzado, pues la prostitución y la pornografía, si bien pueden cohabitar en el mismo ciberespacio en la actualidad, no son dos fenómenos ligados intrínsecamente que dependan el uno del otro, de tal suerte que bien valdría la pena separarlos y tratar a cada uno en sus propios términos y dimensiones.

⁵⁵ Es muy probable que aún sin reconocerlo estos autores retomen las consignas del feminismo anti pornografía y su lema de que el porno es la teoría mientras la violación es la puesta en práctica (Guillén, 2013; 2020 comunicación personal).

Acerca de la falta de restricciones o límites que maneja la nueva pornografía, es necesario mencionar que internet ha favorecido la distribución de materiales que no son vistos con buenos ojos incluso por quienes se consideran asiduos consumidores de pornografía. Es bien sabido que aquellos filmes pornográficos que involucran actos sexuales con niños y con animales también tienen un lugar reservado en varios sitios web. Un caso más extremo que reflejaría esta ausencia de restricciones sería el género denominado como *snuff*⁵⁶, sobre el cual recaen muchos mitos, pero que se puede conseguir casi del mismo modo que otros géneros pornográficos en línea, sobre todo en páginas que corresponden a lo que se conoce comúnmente como *Deep Web* o Web Profunda, espacio del internet caracterizado por alojar una gran cantidad de sitios que fomentan el comercio y las prácticas ilegales, el cual es de difícil acceso para alguien que no cuente con los conocimientos y las habilidades tecnológicas especialmente necesarias que le permitan ingresar a esta parte “oscura” del internet.

Sin embargo, tanto la producción como la distribución y el consumo de los contenidos antes mencionados -especialmente los que involucran a niños y asesinatos reales⁵⁷- son prácticas que aunque frecuentes, suelen traer graves repercusiones legales y sociales para quienes las ejerzan o intenten hacerlo. Por lo tanto es pertinente aclarar que no toda la nueva pornografía forma parte de este circuito que hasta cierto punto se ha considerado como clandestino y por supuesto ilegal.

6.2 Ciberpornografía

⁵⁶ “El término *snuff* -sinónimo de matar en inglés- fue empleado por primera vez para referirse a cintas de este tipo por Ed Sanders, ex miembro de la banda *The Fugs* y autor del libro *The Family: The Story of Charles Manson's Dune Buggy Attack Battalion*. En dicho libro alude a las supuestas cintas pornográficas en que miembros de la "familia" Manson asesinaban mujeres. El *Snuff* explotó la paranoia y la morbosidad, y a pesar de que no mostraba ningún asesinato real [en un principio], dejó grabado en el inconsciente colectivo la certeza de que había gente que filmaba asesinatos para que otras personas se divirtieran o quizás se masturbaran” (Yehya, 1996, p.12).

⁵⁷ Existe otra práctica que se ha convertido en todo un mito sumamente popular en internet, y tiene que ver con aquellas prácticas interactivas en las que una persona puede pagar para acceder a una transmisión en vivo en la que se está torturando a un individuo. Esto se conoce como *Red Rooms* y supuestamente también están alojados en la *Deep Web*.

Casi para cerrar, autores como Yehya y Guillén sugieren la existencia en el ciberespacio de una

“Era de la *cyberpornografía*”, la cual comienza a mediados de los noventa, cuando el acceso a internet se populariza. En este espacio virtual, podemos encontrarnos con miles de páginas de paga que ofrecen una infinidad de servicios de carácter sexual, que van desde imágenes fijas, *streaming* video, foros de chat, shows eróticos *on demand*, *cyberpeep* en vivo, clubes de fanáticos y todo tipo de webcams o cámaras voyeristas instaladas en los lugares más insospechados. A lo que debe sumarse todos aquellos sitios pornográficos personales de acceso gratuito” (Yehya, 2004, p.133, en Guillén, 2013, pp.87-88).

Según podemos apreciar en esta propuesta, Yehya y Guillén (2013), al igual que Ballester, Orte y Pozo (2019), coinciden en determinados elementos constitutivos de la pornografía que se encuentra en internet: su disponibilidad, su accesibilidad, su gratuidad y en ocasiones su exclusividad -cuando se requiere de un pago de por medio para acceder a sus productos-, aunados a una vasta oferta de contenidos diversos -incluso aquellos considerados como ilegales- que son renovados constantemente para alcanzar públicos más amplios y distintos.

Debido a esta especie de acuerdo existente entre las ideas antes mencionadas, y para no vernos en la forzosa necesidad de decantarnos por una u otra proposición teniendo siempre claras las características que la definen, creemos que referirnos a la pornografía en internet como tal resulta adecuado para situar al fenómeno de las modelos de cámara web como una parte importante de las tantas ofertas que se han derivado de ésta y que se encuentran disponibles en la web. Esto a pesar de que, curiosamente en el caso que nos atañe, *MFC* no se asume como un sitio pornográfico. De hecho, aclara en algunos puntos de su *wiki* oficial que no es un sitio porno, dado que la desnudez no es un requisito indispensable para ser una modelo de cámara web, al tiempo que supuestamente prohíbe a los miembros el

uso de imágenes pornográficas o vínculos que direccionen a otros usuarios o modelos a páginas de contenidos pornográficos⁵⁸.

Contents

What is webcam modeling?

Webcam modeling just means chatting live on webcam on your computer, and earning incredible money for it.

Anyone can be a great webcam model. No experience is required. But being attractive with a nice personality is a plus!

We are currently looking for females between the ages of 18 and 45 to be webcam models at MyFreeCams.com.

Nudity is not required and you can block locations where you do not want your cam to be streamed.

You can be yourself and have fun.

Visit <http://www.MFC.tv> to watch videos of MFC models talking about their experiences.

Does this cost money?

No. It is free and easy to sign up. Then we pay you!



Ilustración 3. Wiki oficial de MFC en la que enfatizan que la desnudez no es un requisito para ser una modelo de cámara web.

- Do anything illegal.
- Record or distribute the video or other contents found on this website.
- Share their account with anyone else, or create accounts for anyone else.
- Post pornographic links or images. This is not a porn site.
- Use abusive, inflammatory, or racist language.

Ilustración 4. Extracto del reglamento de usuarios en el que prohíben publicar contenidos pornográficos. Se enfatiza que MFC no es un sitio porno.

⁵⁸ La misma Andy comentó sobre esta idea que en su experiencia varios miembros de *MFC* constantemente hacen uso de imágenes o *emojis* pornográficos cuando están chateando con las modelos, ya sea en la misma sala de chat o a través de mensajes privados.

“Incluso a algunos [usuarios] les gusta mucho presumir sobre el tamaño muy grande o muy pequeño de su pene, por lo que a veces mandan fotos o me piden que abra sus cámaras para poder verlos y que les dé mi opinión, ¡cuando en realidad yo nunca les hago tal petición! Así que sí les pido unos cuántos *tokens* para abrir sus cámaras y hacer como que los veo” (Andy, 2020).

What makes MyFreeCams different?

You will have the opportunity to earn more money here than any other site.

1. MyFreeCams.com is the largest webcam site in the world.
2. Our models are paid the highest percentage in the industry, over 60% of every Dollar spent on this website.
3. The amount of money spent by our members is the highest in the industry.
4. Our total model earnings, and our average earnings-per-model are the highest in the industry.

MyFreeCams.com is a huge friendly webcam community of over 20 million members. It is not a porn site. The members are generally more respectful and interesting.

Ilustración 5. De nuevo el énfasis en que MFC no es una página porno.

6.3 My Free Cams.com

Previo a intentar resolver la cuestión en cuanto a si *MFC* es un sitio pornográfico o no, es esencial ofrecer al lector un panorama sobre los aspectos generales de este sitio de internet para que entienda su estructura y las dinámicas que ahí se llevan a cabo.

6.3.1 Modelos de cámara web en *MFC*

My Free Cams.com (MFC) es un sitio en internet dirigido a un público adulto que según la propia información publicada en su *wiki* oficial, funge como una plataforma intermediaria que pone en contacto a personas -usuarios y modelos- a través de video chats. *MFC* presenta, desde su página de bienvenida⁵⁹, una lista muy amplia de mujeres que transmiten -a través de una cámara web- distintas acciones verbales, textuales y corporales que son ejecutadas "en vivo", a las cuales regularmente se les asigna un precio y mediante las cuales se puede -o no- obtener una ganancia. El conjunto de estos actos es observado por aquellas personas que

⁵⁹ Cuando un usuario abre la página de *MFC*, inmediatamente se despliega en su pantalla una especie de catálogo con fotografías de las modelos que se encuentran transmitiendo en vivo. Hay que destacar que el orden de aparición de estas fotografías depende de la cantidad de personas que estén presenciando el show de la modelo, por lo que existe una jerarquía en cuanto a la presentación de las mujeres desde el inicio, que parece estar definido por la popularidad. En este catálogo principal también se les brinda un espacio a las mujeres que recién están comenzando a ser modelos, esto como una especie de primer apoyo para que sus transmisiones puedan alcanzar un público mayor, al no ser conocidas todavía en la plataforma. También es posible observar a un costado un top 10 de las modelos más populares del momento, el cual se renueva constantemente en un mismo día.

navegan en la web antes citada y que muestran interés en las modelos que los realizan. Las mujeres que llevan a cabo estas transmisiones son conocidas comúnmente como “modelos de cámara web” (*webcam models*), mientras que a las personas que acuden al sitio *My Free Cams.com* para presenciar las actuaciones que ejecutan dichas modelos se les denomina usuarios, que posteriormente pasan a ser “invitados” o “miembros” dependiendo del tipo de vínculos que construyan en su paso por *MFC*. Este sitio web cuenta con modelos y usuarios provenientes de distintas partes del mundo, y aunque su información oficial sugiera lo contrario como observamos en las ilustraciones -pues de acuerdo con los administradores del sitio *MFC* no es porno ya que la desnudez no es un requisito obligatorio para ser una modelo de cámara web-, nosotros sugerimos que es factible considerarla como una oferta más de la amplia gama de productos pornográficos que están disponibles en internet, tal como veremos más adelante.

Con la finalidad de brindarle al lector una justa dimensión en cuanto al alcance de este sitio en particular, es importante traer a colación algunas de las cifras que *MFC* pone a disposición de los interesados en navegar por sus páginas web. De acuerdo con el portal *MyFreeCamsWiki*, la plataforma se encuentra dentro del top 1000 de sitios de internet que generan el mayor tráfico en el ciberespacio, recibiendo aproximadamente 30 millones de visitantes al mes. Además, en la actualidad cuenta con más de 20 millones de miembros, con alrededor de 200 mil las mujeres provenientes de distintos países del mundo las que están registradas y acreditadas como modelos de cámara web⁶⁰.

⁶⁰ En el caso de *MFC* se permiten únicamente mujeres como modelos de cámara web, por lo que no hay cabida en este sitio para que hombres, parejas o personas trans funjan como modelos.



Ilustración 6. Página de bienvenida de *MFC* vista desde la perspectiva de una modelo. Se aprecia a un costado el top 10 de las salas de chat más populares.

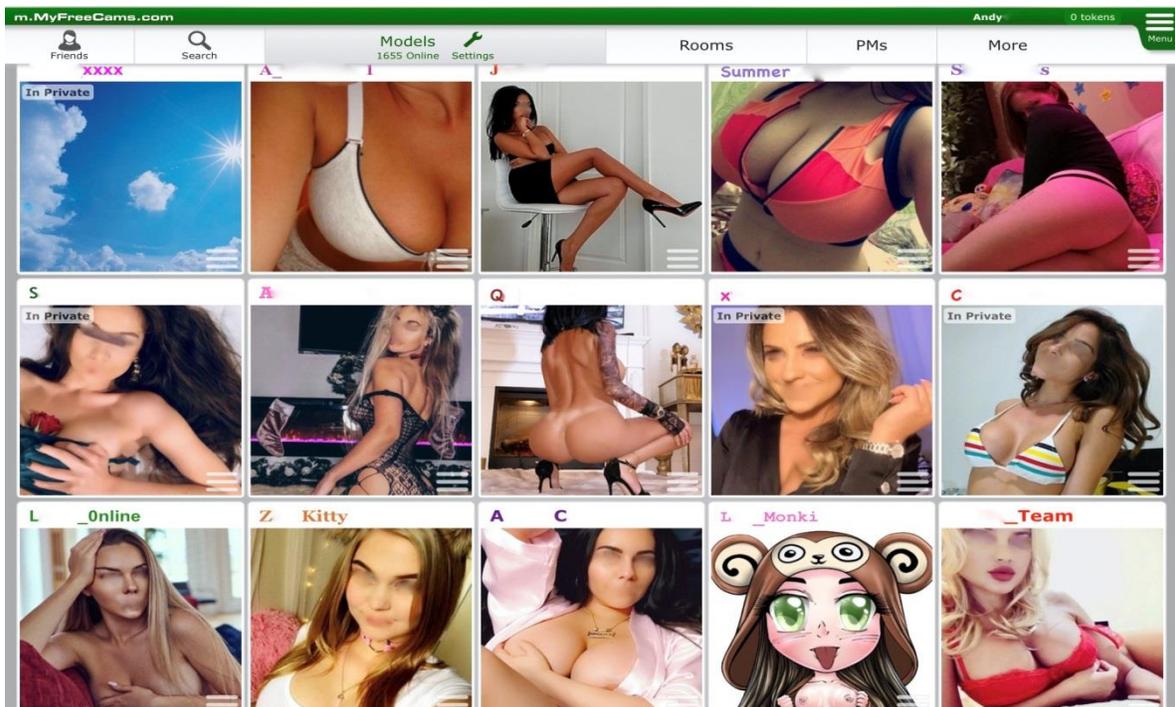


Ilustración 7. Página de bienvenida de *MFC* tal cual aparece en dispositivos portátiles.

Cabe destacar que *My Free Cams.com* se ostenta de ser el sitio que mejores beneficios y oportunidades económicas les brinda a las modelos dentro de la vasta

oferta de webcam *sites* en internet⁶¹, destinando un 60% o más de las ganancias que ellas generan directamente a sus cuentas personales, por lo que la plataforma, en su papel de mero intermediario, obtiene el restante de ese porcentaje, el cual oscila entre un 30 o 40% aproximado del total producido por las transmisiones que las webcam *models* llevan a cabo.

MFC cuenta con distintas formas de hacerles llegar el dinero -el monto se expresa en dólares- a las modelos, que pueden ir desde una transferencia electrónica o depósito bancario, hasta el envío de cheques por correo a direcciones que se encuentren registradas en países como Estados Unidos, Canadá e Inglaterra.

La repartición de las ganancias antes señalada quizá corresponde a que *MFC* no exige una cuota de por medio para que una mujer interesada en ser modelo de cámara web pueda llegar a serlo. De hecho, conviene remarcar y tener presente en todo momento que las modelos no trabajan para *MFC*, por lo tanto no perciben un sueldo que provenga de la página⁶² pero tampoco tienen compromisos laborales que cumplir con el sitio⁶³. Una modelo de *My Free Cams.com* tiene la libertad de elegir cuándo quiere realizar sus transmisiones, la duración de éstas y la frecuencia con la que las lleva a cabo⁶⁴. Lo único que el sitio requiere es que la persona interesada llene un formulario y envíe una identificación oficial que acredite legalmente su mayoría de edad en el país en el que ésta reside. Las mujeres que deseen formar parte de las modelos que aparecen en *MFC* deben tener de 18 a 45 años de edad cumplidos como máximo.

⁶¹ El conjunto de la información aquí descrita se encuentra disponible en *My Free Cams wiki*. wiki.myfreecams.com

⁶² Ocasionalmente *MFC* ofrece lo que podríamos considerar como “bonos” a las modelos más populares del sitio, pero esta situación evidentemente no aplica en todos los casos.

⁶³ Suele suceder que cuando se organizan eventos como Expos o entregas de premios *MFC* hace la invitación a las modelos más populares para que acudan en representación de la plataforma.

⁶⁴ Esto podría ser analizado con mayor detalle desde lo que autores como Miguel Ángel Vite Pérez (2002), Byung-Chul Han (2018) y Luis Reygadas (2019 comunicación personal) enmarcan dentro de las formas actuales de explotación, entre las que encontramos la flexibilidad laboral y la auto-explotación, que tienen que ver con distintas “estrategias individuales y hasta grupales de participación en el mercado que influyen en él y también en el desempeño de la industria” (Vite Pérez, 2002, p.366).

En el caso de Andy, quien es la modelo mexicana que nos ha permitido obtener mucha más información respecto a este fenómeno y a quien ya hemos hecho referencia en este trabajo, hace un par de años llenó el formulario en unos cuantos minutos, se tomó dos fotografías con su celular de su identificación oficial -una de la parte frontal y otra de la parte trasera- y las envió para que *MFC* validara y verificara la autenticidad de su documento.

Luego de esta solicitud, la joven recibió la aprobación de *MFC* al siguiente día, lo que significaba que ya podía comenzar a realizar transmisiones y a familiarizarse poco a poco con el sitio. Un elemento que es muy importante mencionar y que se torna casi indispensable es el conocimiento del idioma inglés. Si las mujeres poseen un buen manejo de este idioma aumentarán exponencialmente sus posibilidades en el sitio, pues una gran parte de los usuarios con los que entablarán comunicación provienen de Estados Unidos, Canadá y el Reino Unido. Respecto a este último punto Andy reconoce que *MFC* le ha ayudado de algún modo a mejorar su nivel de inglés al tener que hablar y escribir en este idioma para que los miembros que asisten a sus transmisiones se mantengan en contacto constante con ella.

6.3.2 Lineamientos impuestos por *MFC* a las modelos

Si bien uno de los efectos de la libertad e independencia de la cual gozan las modelos consiste en establecer ellas mismas los horarios que mejor les acomoden para realizar sus transmisiones, existen reglas o lineamientos fijados por el propio sitio *MFC* que aparentemente deben acatar en cuanto al contenido y a las acciones que lleven a cabo durante sus shows en vivo. Dentro de las restricciones o prohibiciones más importantes para las modelos encontramos las siguientes:

- Incluir hombres en las transmisiones, así como tener algún tipo de contacto sexual con ellos.
- Incluir menores de edad, niños o bebés en las transmisiones.
- Invitar a personas que no estén autorizadas por *MFC* como modelos a que participen en una transmisión.

- Presentar animales frente a la cámara en un contexto provocativo o sexual.
- Utilizar drogas ilegales o hacer un consumo excesivo de alcohol, medicinas o narcóticos.
- Incesto o contacto sexual entre familiares.
- Penetración vaginal o anal con artefactos que no estén fabricados para una simulación sexual.
- Violencia que implique auto infligir lesiones.
- Ofrecer servicios de escorts o de prostitución.
- Actividades ilegales en general (*My Free Cams wiki*).

A pesar de estos lineamientos hay ocasiones en las que estas reglas no se cumplen al pie de la letra, según hemos podido observar y según lo que la misma Andy nos ha comentado. Pero antes de ejemplificar esta situación es necesario hacer una mayor descripción sobre los usuarios que asisten y que forman una parte fundamental para la existencia y continuidad de *MFC*.

6.3.3 Usuarios: primero invitados y luego miembros

En primera instancia encontramos dos categorías de usuarios reconocidos en *My Free Cams.com*, los “invitados” y los “miembros”. Un “invitado” es aquel que navega por el sitio pero que no tiene la posibilidad de entablar contacto alguno con otros usuarios ni con las modelos que están transmitiendo sus shows en vivo. Es decir, no participan de ningún tipo de dinámica de *MFC*. Para hacer esto, el “invitado” debe transitar hacia lo que se conoce como “miembro básico” mediante el registro gratuito y la creación de una cuenta que le permitirá tener un correo electrónico de *MFC* y elaborar un perfil que puede hacer público para que otros usuarios y las mismas modelos lo visiten.

Ahora bien, siendo un “miembro básico” de *MFC* es factible dar el salto hacia lo que se conoce como “miembro premium”, que es la categoría que mayores beneficios trae consigo en el sitio. Un “miembro básico” se transforma en “premium” cuando

decide invertir cierta cantidad de dinero en los llamados *tokens* -monedas o fichas-, que son las unidades monetarias que circulan en *MFC* y que se adquieren con cargo a una tarjeta de crédito en diversos paquetes disponibles, la mayor parte del tiempo con descuentos y promociones para incitar a que los miembros obtengan una gran cantidad de ellos y los puedan gastar en las distintas transmisiones de las modelos. Al mismo tiempo, por cada 10 *tokens* que un “miembro premium” resuelva gastar, éste puede generar puntos de recompensa, los cuales les ayudan principalmente a tener una mejor reputación ante las modelos y ante otros usuarios de *MFC*. Los “miembros premium” logran esta categoría de por vida y no están obligados a comprar más *tokens* para mantener la vigencia de su estatus.

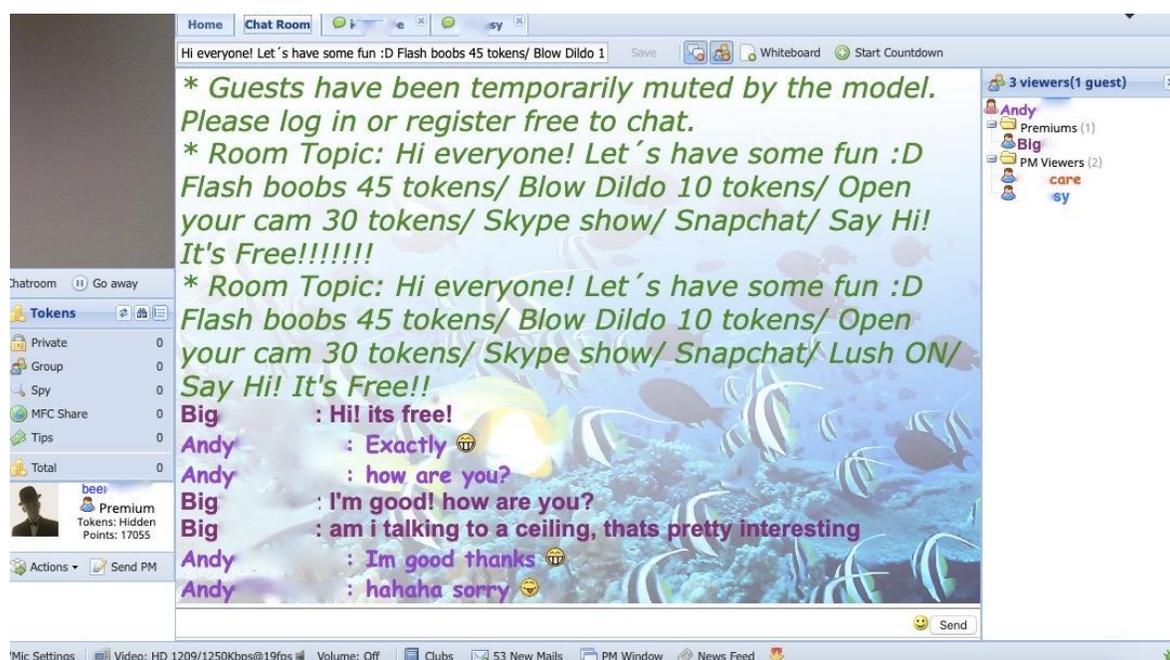


Ilustración 8. Así luce la sala de chat principal de Andy tras bambalinas. El *Room Topic* indica las acciones que ella establece y que propone realizar. En la parte inferior izquierda encontramos el estatus de un “miembro premium” junto con sus *tokens* -ocultos- y sus puntos de recompensa. A la derecha se aprecian los otros miembros que están en la sala.

6.3.4 Cómo gastar *tokens* en *MFC*

Las formas en las que se pueden gastar las fichas en *MFC* -y las que podríamos considerar como las dinámicas centrales de éste y otros sitios de modelos de

cámara web- básicamente se expresan en ofrecer “propinas” -*tips*, como se le conoce en la página- de muy diversos montos a las modelos para que realicen ciertas acciones establecidas por ellas mismas. O bien, para que cumplan determinadas peticiones hechas por los miembros, siempre y cuando se alcancen acuerdos benéficos para las partes involucradas en la negociación, puesto que las modelos no están obligadas a cumplir todas las demandas de sus espectadores, pero los miembros tampoco están obligados a dar *tokens* para permanecer en una sala de chat.

Otras formas de invertir las fichas tienen que ver con tipos de shows distintos que se ofrecen en las transmisiones de las modelos. Por ejemplo, si un miembro desea tener un “show privado” con la modelo debe invertir 60 *tokens* por minuto para hacer esto posible. Los demás miembros, al percatarse de que se está llevando a cabo un “show privado” (como se aprecia en la ilustración 7 con la leyenda *In Private*) cuentan con la opción de “espíar” ese show gastando 20 *tokens* por cada minuto que transcurra, pero no pueden interactuar con la modelo al no ser ellos quienes solicitaron el privado inicialmente. Existe otro tipo de show que se denomina “realmente privado”, el cual no permite el acceso de espías y cuyo costo a cubrir es de 80 *tokens* por minuto por parte de quien lo haya requerido. No obstante, también se encuentra disponible la modalidad del “show grupal”, en la que distintos miembros tienen la oportunidad de juntarse para presenciar un show con la modelo que esté apartado de la sala de chat principal. El costo que cada usuario destina a esta dinámica es de 10 *tokens* por minuto. Finalmente, hay modelos que cuentan con una especie de club de fans, por lo que ocasionalmente realizan shows que sólo los miembros pertenecientes a sus clubes pueden presenciar, de forma tal que si se quiere ser parte de esa comunidad de fans hay que cubrir un monto establecido arbitrariamente por cada modelo para que eso suceda.

6.3.5 Lineamientos impuestos por *MFC* a los miembros

Al igual que las modelos, los miembros tienen que ceñirse a una serie de restricciones estipuladas y sugeridas por *MFC*, entre las cuales destacan:

- Hacer actos ilegales⁶⁵.
- Grabar o distribuir los contenidos que observen en *MFC* fuera del sitio.
- Publicar o promover imágenes o vínculos hacia páginas pornográficas.
- Utilizar lenguaje abusivo, incitador o racista.
- Proponer o entrar en discusiones que tengan que ver con menores de edad en un contexto sexual.
- Promover otras páginas web u otros servicios.
- Alentar a las modelos a romper las reglas.
- Ofrecer dinero a las modelos para conocerlas en persona.
- Chantajear a modelos y otros miembros (*My Free Cams wiki*).

Lejos de que el personal administrativo y de soporte de *MFC* deja muy en claro que no tiene la facultad ni la capacidad de estar al pendiente de todas y cada una de las modelos y de todos los miembros que navegan por sus salas de chat, no cabe duda de que ciertas cuestiones se les escapan de las manos y hay una ausencia de control absoluto que propicie el cumplimiento del total de las medidas sugeridas.

Para ilustrar, existen sitios en internet en los que se encuentran fotografías y extractos de algunos de los shows que las webcam *models* llevan a cabo, los cuales muy probablemente fueron grabados y compartidos por miembros de *MFC* y no por las mismas modelos a pesar de que esto no está permitido. Hay momentos en los que los usuarios realmente ofrecen dinero a las mujeres con el propósito de conocerlas y de poder entablar algún tipo de relación o encuentro sexual con ellas. Incluso, varios miembros publican imágenes pornográficas en las salas de chat de las modelos y ocasionalmente alguno que otro utiliza un lenguaje agresivo, prepotente y hasta ofensivo para dirigirse hacia ellas.

⁶⁵ Esta cuestión no está del todo clara y resulta un tanto ambigua, ya que no se especifica cuáles son los actos que se consideran como ilegales y en qué países aplican tales preceptos.

Por otro lado, ciertos modelos hacen uso de artefactos distintos -que no son forzosamente *dildos* o vibradores- con los cuales se masturban y se penetran vaginal o analmente. Aunado a esto, encontramos modelos que también ofrecen servicios independientes a *MFC*, como shows que son transmitidos por *Skype* y fotografías y videos que son enviados desde cuentas de *Snapchat*, por lo que existe una promoción de otros servicios que no forman parte propiamente de la plataforma en la que ejecutan sus transmisiones. Con esto no pretendemos acusar casos particulares, pero hacemos uso de estos ejemplos para exponer cómo es prácticamente imposible para los administradores de *MFC* tener un control absoluto de todas y cada una de las personas involucradas en las dinámicas que se suscitan día con día en su plataforma.

Nos ha parecido necesario insistir sobre la exposición general de estos elementos para poder realizar un primer acercamiento a este sitio de modelos de cámara web y atender, en seguida, la controversia sobre su propia concepción como un sitio que no es porno.

6.4 *MFC* ¿un sitio porno?

Es llamativa la postura de *MFC*, ya que si realmente no se perciben ni se asumen como una página porno sólo por no requerir la desnudez de sus modelos como una condición determinante, parecería que hacen una reducción muy simple del fenómeno y que voltean hacia otro lado ante la manifestación de toda una serie de acciones que tienen lugar en su sitio. Por ejemplo, cuando las modelos realizan transmisiones el conjunto de sus actos se distinguen comúnmente por su alto contenido y carga sexual -masturbación, simulación de sexo oral, penetración vaginal y anal utilizando artefactos como juguetes en forma de pene, *teledildonics*, cepillos para el cabello y hasta frutas o verduras, e incluso actividades sexuales entre dos mujeres o más- con distintos propósitos, entre los que resaltan principalmente estimular y satisfacer de alguna manera a los espectadores que están presenciando las acciones antes descritas junto con otras tantas más para recibir algún tipo de recompensa. En un análisis más minucioso y estricto cabría

apuntar que varias de las prácticas que las modelos realizan en *MFC* bien podrían suscribirse en alguno de los subgéneros que señalamos anteriormente como componentes del género pornográfico conocido como *hardcore*, haciendo más difícil concordar con el aparente deslinde y la distancia que pretende tomar el sitio hacia la pornografía y sus múltiples expresiones.

Sin ir más lejos, tal cual nos lo hacen saber algunos miembros de *My Free Cams.com*,

“Sugeriría que sí es un tipo de pornografía en internet debido al tipo de contenidos que puedes ver allí [en *MFC*]. También tienes acceso para comprar videos o fotos pornográficas de las modelos que deciden venderlos. Sin embargo, no siempre es pornográfico [*MFC*], pues hay modelos que no se desnudan y sólo quieren chatear, pero en su mayoría el contexto de la plataforma implica desnudos y actos sexuales” (Dan, 2020).

“Por supuesto que es un tipo de pornografía disponible en internet. Tienes chicas masturbándose, usando juguetes sexuales y [haciendo] otros actos similares. Es cierto que hay algunas modelos que no se desnudan y simplemente chatean, pero en general [*MFC*] es un sitio porno” (Steve, 2020).

“*Yep* [*sic*, como afirmación]. Yo fui a *MFC* para conocer y platicar con otras personas, pero al poco tiempo me di cuenta de que es esencialmente porno” (Tom, 2020).

Aunque los tres coinciden en que el entorno de *My Free Cams* puede prestarse para que algunas modelos y usuarios únicamente chateen -cuestión que se ajustaría a que el sitio por sí mismo no obliga a las modelos a la desnudez-, estos usuarios destacan la predominancia del contexto porno que permea a *MFC* a causa del contenido sexual que ellos claramente encuentran ahí, contradiciendo la percepción

que expone el propio sitio de sí. En el supuesto de que *MFC* efectivamente fuera un sitio que no se gestó bajo la idea de ser pornográfico ¿quiénes fueron entonces los que comenzaron a emplearlo como un sitio que favorece -y se beneficia de- la exposición de prácticas y manifestaciones sexuales que se transmiten en vivo? ¿Modelos? ¿Usuarios? ¿Por qué en su afán de desmarcarse en el discurso del mote “pornográfico” los administradores del sitio no han emprendido acciones para darle otro giro a su entorno? ¿O acaso será que el hecho de asumirse como un sitio que no es pornográfico *per se* resulta una estrategia de mercadotecnia y publicidad empelada intencionalmente? A la par de estos cuestionamientos, conviene plantear la idea de que las páginas de modelos webcam, si bien sí se nos presentan en primera instancia como una oferta más que forma parte de la inmensa variedad de productos pornográficos disponibles en internet, también tendrían cabida en lo que Yehya y Philips denominan como “cibersexo”⁶⁶.

El “cibersexo” hace referencia a una interacción social específica que se lleva a cabo en el ciberespacio, y que se caracteriza por la participación de dos o más personas en conversaciones sexuales que pueden ser simuladas, así como en el intercambio de materiales audiovisuales de contenido sexual. También forman parte del cibersexo los dispositivos y accesorios⁶⁷ que permiten una estimulación sexual directa conocidos como “*teledildonics*”, a los cuales haremos mayor alusión en los apartados siguientes (Yehya, 1996; Daneback, 2005; Neely, 2010; Phillips, 2015).

Por las razones hasta aquí exhibidas concebimos al fenómeno de las modelos de cámara web como una parte importante de la vasta oferta de manifestaciones pornográficas que están disponibles en internet. Al mismo tiempo, las dinámicas que dan vida y caracterizan al sitio *My Free Cams.com* nos alientan a proponer el performance que llevan a cabo las modelos como una práctica que encuentra

⁶⁶ Phillips relaciona este concepto con el *sexting*, o “intercambio de autorretratos pornográficos” (2015, p.71).

⁶⁷ Junto con los *teledildonics*, Yehya sugiere el uso de artefactos que permiten al usuario “incorporarse a la realidad virtual, como serían visores, guantes y trajes con sensores” (1996, p.11). Un ejemplo sumamente ilustrativo del uso de estos aditamentos se puede ver en la película *Ready Player One* inspirada en la obra de Ernest Cline dirigida por Steven Spielberg estrenada en el año 2018.

cabida dentro de lo que se denomina como cibersexo⁶⁸, en virtud de lo cual ambas nociones -pornografía en internet y cibersexo- estarían presentes y serían una parte muy importante en la percepción y configuración de los sitios en internet de modelos de cámara web. Estos sitios nos serán de mucha utilidad para ejemplificar características sumamente precisas y específicas que son constitutivas de las industrias culturales digitales, como observaremos a lo largo del siguiente capítulo.

7. La pornografía como una industria cultural digital

7.1 La industria cultural y la industria creativa

A la vista de lo expuesto en el apartado de industria cultural acerca de los múltiples significados que pueden contener y transportar los productos culturales provenientes de la pornografía y su capacidad para *modelar*, *moldear* y *modificar* ciertas percepciones y conductas, nos disponemos a ilustrar, de forma breve pero concisa, algunas características constitutivas de las industrias culturales digitales que nos permitirán dar sentido a la propuesta de considerar a la pornografía como una de estas industrias. Básicamente intentaremos dar cuenta del impacto que ha tenido el surgimiento de las nuevas tecnologías sobre las industrias culturales como eran concebidas hasta hace unas décadas. Debido a la diversidad de enfoques existentes en torno a esta cuestión, nos valemos de la definición amplia de las industrias culturales y las industrias creativas que de acuerdo con la UNESCO tienen puntos encontrados y que son entendidas como “aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, promoción, difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (2009, p.1). La dimensión en común que compartirían estas industrias culturales y creativas -la salida al

⁶⁸ Si retrocedemos a la ilustración 5 nos percatamos de que el miembro premium que chatea con Andy le recuerda que ocasionalmente ellos dos realizan un c2c, que en otras palabras no es otra cosa que el intercambio de materiales audiovisuales sexuales por parte de ambos “cámara a cámara”.

mercado, la promoción y la difusión- es la que nos otorga la facultad de utilizar sus concepciones para aplicarlas a las propuestas contenidas en este trabajo.

7.2 Industrias creativas digitales y pornografía

En conformidad con el mapa de ruta de industrias creativas digitales (*creative industries*, como también las denomina García Canclini en su definición de industria cultural) elaborado por la Secretaría de Cultura en el año 2018, dichas industrias

“Reflejan la influencia de las tecnologías digitales en la creación y el desarrollo de nuevas expresiones culturales, transforman la noción de propiedad intelectual, originan nuevas conexiones entre creadores y consumidores, y redefinen las fronteras de la creación artística, así como sus modelos de distribución y adopción en la sociedad”.
(Secretaría de Cultura, 2018, p.8)

La UNESCO por su parte, caracterizó estas industrias como

“Aquellas que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos intangibles y de naturaleza cultural, y que pueden tomar la forma de un bien o un servicio. Algunas actividades de las industrias creativas se deben analizar en su dinámica de digitalización, interactividad y capacidad para convertirse en generadores de experiencias” (Secretaría de Cultura, 2018, pp.52- 53).

Finalmente, las industrias culturales digitales se organizan en 4 grupos:

1. Industrias de audiencias pasivas y experiencias secuenciales. Las audiencias tienen nula o escasa interacción y los contenidos se transmiten de forma lineal (secuenciales).

2. Industrias de audiencias interactivas. Las audiencias tienen un alto grado de interacción y pueden transformar los contenidos, por lo que se desarrollan de una forma no lineal.

3. Industrias de experiencias sensoriales. Los contenidos (o experiencias) no sólo se transmiten, se experimentan directamente a través de los sentidos de una forma no lineal.

4. Industrias escénicas y patrimoniales. Industrias con un contenido material que en esencia no se puede digitalizar. (Secretaría de Cultura, 2018, p.67).

Ahora bien, pese a que en el mapa de ruta en ningún momento se toma en cuenta a la pornografía como posible industria creativa digital, sí se hacen partícipes de ésta a las industrias videográficas, a las revistas, fotografías y videojuegos. Por esa razón sugerimos que si las industrias creativas digitales no hacen un énfasis determinante en cuanto a los contenidos que incluyan o excluyan ciertos bienes producidos y distribuidos por ellas, sus características pueden ser bien aplicadas a la pornografía y a sus múltiples manifestaciones, en parte “gracias a los nuevos procesos de digitalización en la creación de bienes culturales” (Secretaría de Cultura, 2018, p.44). La decisión de no incluir a la pornografía como una industria cultural digital probablemente responde a cuestiones políticas o morales, luego entonces,

“La revolución digital está ocasionando una serie de cambios continuos y quizá trascendentales, como la disminución de los costos de los procesos de creación, producción y distribución en distintos ámbitos; algunos de ellos referentes a las artes y la cultura, pero muchos otros también, el desarrollo de nuevas estrategias de acceso y difusión mediante las redes sociales, sitios web y herramientas digitales que transforman el contexto y dan la posibilidad de que los sujetos se reinventen para crear nuevas formas de insertarse en el mercado”(Urteaga, 2012, p.37).

Tan sólo como ejemplo de la cita anterior, no cabe duda de que la industria pornográfica ha sabido transformar su contexto aprovechando el internet y las tecnologías para explotar al máximo sus capacidades, valiéndose de las nuevas técnicas de reproducción de la imagen -que transitaron desde la fotografía en el siglo XIX hasta el internet, pasando por los videocasetes , los CD-ROM y los DVDS (Arcand, 1993; Yehya, 2001; Torres, 2002)- para adquirir popularidad (Peña Sánchez, 2012) y ofrecer contenidos cuya calidad y resolución cada vez es mayor.

De este modo, las empresas nacionales e internacionales dedicadas a este rubro tienen a su alcance una serie de recursos tecnológicos más sofisticados que les permiten producir diversos contenidos pornográficos, los cuales son publicados en sus respectivas páginas web -oficiales-, así como en otros sitios en línea, que regularmente son de acceso gratuito. El propósito es que los usuarios interesados en este tipo de contenidos puedan consumirlos rápidamente a través de distintos dispositivos digitales y desde distintos lugares -públicos o privados-, todo esto gracias al acceso a internet, evidenciando así la capacidad de innovación característica de la pornografía hoy en día (Guillén, 2013).

Este mismo desarrollo tecnológico es el que parece lanzar de nueva cuenta a las producciones pornográficas hacia el espacio público en determinado momento, debido a que “sus contenidos pueden ser vistos en plazas, parques, transportes colectivos [y en la calle misma]” (Guillén, 2013, p.89). Para que esto suceda, los consumidores deben contar con dispositivos portátiles inteligentes que se conecten a una red de internet -probablemente a través de un plan telefónico que les proporcione un paquete de datos- y que sean capaces de reproducir dichos contenidos -videos, en su mayoría- y hasta de almacenarlos, lo que sin duda facilitaría su acceso y su consumo casi en cualquier momento y desde cualquier lugar en el que se encuentren.

“La pornografía ha encontrado un medio favorable [el internet] para contar con una serie de tecnologías que la hacen más accesible; asimismo, se ha favorecido su producción, reproducción, distribución y consumo” (Peña Sánchez, 2012, p.55).

Y es que internet ahora está disponible en computadoras portátiles, teléfonos móviles, consolas de videojuegos y otros dispositivos electrónicos (Owens, E. W., Behun, R. J., Manning, J. C. & Reid, R. C., 2012). La proliferación de internet -considerado como un entorno “altamente sexualizado” según varios autores (Cooper, Boies, Maheu, & Greenfield, 1999; Peter & Valkenburg, 2006; *en* Owens, E. W., Behun, R. J., Manning, J. C. & Reid, R. C. 2012)- específicamente en relación con el fenómeno pornográfico estaría modificando las pautas de consumo, aunque no sólo eso. También fungiría como un medio sustituto de otras actividades culturales (Gubern, 2006 *en* Guillén, 2013) al brindarle a los usuarios de la red una amplia variedad de opciones audiovisuales que están, en su mayoría, al alcance de un clic. Esta oportunidad les agiliza el acceso a contenidos que antes se podían consumir únicamente trasladándose a una sala de cine, a una sex shop, a un puesto de periódicos y a otros establecimientos especializados en comercializar mercancías de contenido pornográfico⁶⁹.

A través de esta propuesta, el alcance que ha logrado la pornografía gracias a su amplia circulación (Peña Sánchez, 2012) en algunos de los medios de comunicación considerados como tradicionales, pero principalmente en internet -tal cual lo revisamos en los apartados anteriores de este texto-, estaría cumpliendo con otro de los elementos centrales de las industrias culturales: la difusión masiva, nacional e internacional, de productos culturales.

Para el caso de la pornografía es posible -y hasta cierto punto simple y sencillo- acceder desde México, por ejemplo, de forma gratuita y casi inmediata a un gran número de contenido de videos que han sido producidos en países como España, Estados Unidos y Canadá, con tan sólo ingresar a páginas de internet que publican y comparten estos materiales. Incluso, mediante los sitios de modelos de cámara web se tiene la oportunidad de ingresar a transmisiones en vivo que son realizadas

⁶⁹ Cabe destacar que el desplazamiento de un individuo hacia lugares que distribuían y comercializaban productos pornográficos podía acentuar los estereotipos y los estigmas sociales que recaen usualmente en los consumidores, provocando que este consumo se hiciera de forma discreta y en ocasiones, hasta de forma clandestina, como el ejemplo del voceador al que hicimos alusión anteriormente.

desde distintas partes del mundo y que pueden ser presenciadas por los interesados en tiempo real en cualquier momento del día.

En sintonía con las ideas antes expuestas es conveniente pensar que el actual ambiente digital no sólo está alterando la denominada “economía creativa”, sino que está modificando la forma de producción y de distribución de los distintos bienes y servicios culturales, así como su consumo, el cual se puede llevar a cabo “desde el propio tiempo y espacio de quien consume” (UNESCO, 2016 *en* Secretaría de Cultura, 2018, p.51).

7.3 Organización de las industrias creativas en cuatro tipos

Como parte de esta propuesta inicial retomaremos la organización en cuatro tipos de las industrias creativas previamente citada, dentro de la cual, apreciamos, la pornografía podría ser compatible mínimo con tres de los cuatro puntos que componen esta clasificación.

1. Industrias de audiencias pasivas y experiencias secuenciales. Las audiencias tienen nula o escasa interacción⁷⁰ y los contenidos se transmiten de forma lineal (secuenciales).

Este punto se refiere a la poca participación de las audiencias⁷¹ que se disponen a consumir contenidos transmitidos linealmente (aquellos que no pueden ser modificados en su secuencia de reproducción). Esto es, videos o fotografías sobre

⁷⁰ La interacción está estructurada por el contexto y presenta elementos diferenciados que dependen del espacio y hasta de los intereses –particulares o colectivos- de los usuarios. Para el caso de la pornografía que se exhibe en internet, aludimos a Guillén, quien señala que “el espectador interactúa con la narración [de la escena porno] al participar en la eyaculación, es decir, sincroniza su orgasmo con el de los protagonistas” (Guillén, 2013, p.83). En el tema de los cuatro puntos que aquí nos ocupa, precisamos enfáticamente que la interacción emprende un proceso de comunicación, de relación social, pero sobre todo, de influencia mutua (Bermúdez y Gallegos, 2001); (Barajas Martínez, 2014); (Yacuzzi Polisena, 2016).

⁷¹ Es importante señalar que las audiencias en la industria de la pornografía no se pueden concebir como un público homogéneo. Aparte de que la industria ofrece una amplia oferta de contenidos muy diversos es posible dar cuenta “de la interacción entre grupos distantes y distintos” (García Canclini, 1999, p.30), como podría ser el caso de aquellas audiencias presentes en las páginas de modelos de cámara web.

los cuales el público no tiene la capacidad de interferir de ninguna manera. Para clarificar, el hecho de que un usuario ingrese a un sitio de videos porno en línea con el fin de observarlos sin poder modificar el contenido que observa, y sin emitir comentarios o calificar dichas producciones refleja un tipo de interacción específico⁷² que es prácticamente nulo en el espacio en el que está reproduciendo el contenido.

Cuando dicho usuario reduce su participación únicamente a ser un espectador más del material pornográfico audiovisual que está disponible en la página, éste se abstiene de establecer cualquier tipo de comunicación con los administradores del sitio, no da un pago de por medio para acceder a los productos y tampoco colabora en cuanto al intercambio de materiales pornográficos entre usuarios. En este primer nivel no es posible intervenir en la imagen gráfica o en la escena que la persona está observando, por lo que estaríamos refiriéndonos al acervo de videos previamente grabados que son publicados en internet para ser consumidos de forma gratuita por los usuarios, pero cuyo contenido es imposible de modificar.

A pesar de ello, es preciso señalar que la pornografía busca satisfacer, mediante la innovación, la creatividad y la generación de nuevos materiales, a aquellas audiencias pasivas que pueden encontrar algunos de sus contenidos como monótonos y predecibles.

2. Industrias de audiencias interactivas. Las audiencias tienen un alto grado de interacción y pueden transformar los contenidos, por lo que se desarrollan de una forma no lineal.

Aquí parece que encontramos el punto que mejor se conecta con determinados contenidos pornográficos. Éste puede empezar desde que alguien decide pagar una

⁷² Desde el punto de vista de la relación que existe entre producto y consumidor, es claro que existe una interacción. No obstante, nos referimos específicamente a las interacciones que pueden suscitarse en el espacio virtual en el que el usuario está consumiendo los contenidos. En algunos sitios que ofrecen material pornográfico gratuito, los individuos tienen la oportunidad de calificar los videos, emitir comentarios, suscribirse a canales y hasta relacionarse con otros usuarios. Por ello, cuando una persona sólo acude al sitio web para observar el material audiovisual que ahí se oferta sin realizar alguna de las acciones antes señaladas, sugerimos que su nivel de interacción, al ser sólo de espectador, es nulo o escaso en relación a las dinámicas que se ofertan en la página web.

cantidad de dinero para acceder al contenido sexual en línea que se presenta como “exclusivo” y de esta manera disponer del material pornográfico de acuerdo a sus intereses. Sin embargo, es plausible ejemplificar este punto con otras prácticas vigentes antes de dar paso al caso específico de los sitios enfocados en promocionar modelos de cámara web, como sería el caso de *MFC*.

En este nivel en el que la interacción parece expresarse un poco más, podemos situar una práctica que se ha vuelto un tanto común hoy en día y que nos da la oportunidad de remontarnos a los primeros intercambios de materiales pornográficos en línea. Como recordaremos, al inicio de internet los usuarios que poseían revistas porno se encargaban ellos mismos de llevar a cabo el proceso de digitalización de las imágenes con el fin de subirlas y publicarlas para que -de forma gratuita- tuvieran un alcance masivo y así se fomentara la construcción de comunidades virtuales destinadas al intercambio de estos materiales, primero fotográficos y luego videográficos.

Aquí nos convendría ubicar a lo que se conoce comúnmente como “*sexting*”, que suele estar ligado con la pornografía por el tipo de contenidos que se crean y se distribuyen, pero que probablemente encuentra mayor conexión con el cibersexo. El “*sexting*” es aquella práctica que consiste en el envío de textos, fotografías o videos sexuales a través de los dispositivos digitales -celulares, tabletas, computadoras- entre dos o más personas (Phillips, 2015). Esta práctica se ha vuelto un tanto común hoy en día, y es frecuente que se le asocie a la palabra “*packs*”, la cual hace alusión al “paquete” de material pornográfico -fotografías principalmente- creado por una persona y que es distribuido por ella misma, pero que también llega a ser distribuido en algún momento por otras personas a las que les fue compartido el material inicialmente.

Un elemento que podríamos subrayar como común denominador de este tipo de interacciones sociales sería el de la colaboración. Igual que observamos en el ejemplo de aquellas personas que escaneaban sus revistas o en los participantes del “*sexting*”, son los usuarios los que crean o los que poseen materiales sexuales y son los mismos usuarios los que interactúan entre ellos y deciden compartir estos

materiales por motivos distintos, poniéndolos al alcance de otros tantos y así continuar con la distribución y el intercambio de dichos contenidos, haciendo que estén disponibles para una mayor cantidad de personas gracias a los desarrollos tecnológicos que permiten su circulación masiva.

Cabe señalar también que en ocasiones se busca obtener una ganancia económica con esta difusión de fotos y videos pornográficos. Al día de hoy, es posible encontrar en páginas de *Facebook* anuncios de chicas que ofertan sus “*packs*” por distintos montos, lo que parece representar otra forma de generar ingresos para ellas. Andy, modelo mexicana de *MFC*, nos comenta que ella tiene una cuenta en la red social *Snapchat*⁷³, la cual les vende a los usuarios de *MFC* que desean adquirirla y por medio de ésta ella envía fotos y mini videos sexuales por los cuales obtiene una ganancia que es independiente a los ingresos que percibe por sus transmisiones en *My Free Cams*.

El contenido que el usuario observa tanto en *Snapchat* como en las prácticas del “*sexting*” o en el intercambio de “*packs*” está expuesto a sufrir ligeras modificaciones gracias a los distintos programas de edición de imagen que existen, pero esto no sucede en todos los casos. Andy señala que la mayoría de las veces ella es quien decide qué tipo de materiales distribuir, aunque en ocasiones sus usuarios le hacen peticiones y si ella no las encuentra desagradables y le son redituables puede llegar a cumplirlas siempre y cuando se respeten algunas condiciones, como el hecho de no mostrar nunca su rostro en el contenido que distribuye por *Snapchat*.

En este punto es útil retomar el tema de las modelos de *MFC* para continuar ejemplificando. Si los “miembros premium” están observando la transmisión de una performance en vivo por parte de una modelo en un sitio porno de internet, es probable que alcancen a tener cierta injerencia -en mayor o menor medida- en cuanto a la posible transformación de la escena que están presenciando.

⁷³ La “ventaja” que posee esta red social es que se ha convertido en una forma fácil de compartir contenido sexual entre personas, puesto que este contenido -mini videos o fotografías- sólo puede ser visto una vez para luego desaparecer, por lo que no puede ser almacenado en álbumes de fotos o en la misma red social, pero sí puede quedar registrado mediante una captura de pantalla.

El “miembro premium” cuenta con la opción de participar en salas de chat y comunicarse con otros miembros de la audiencia, e incluso, en ocasiones, con quien(es) está(n) desarrollando el contenido visual a través de una cámara web, por lo que se abriría la posibilidad de que la transmisión deje de ser lineal y vaya sufriendo modificaciones en su trayecto o secuencia de reproducción. De esta manera, y muy probablemente con un pago de por medio -el cual resulta fundamental para que esto se lleve a cabo-, el público mismo puede convertirse en una especie de “director” de la escena que está observando. Aunado a esto, si las audiencias son lo suficientemente “dadas” lograrán obtener determinado tipo de control en cuanto al contenido que observan -o al menos la ilusión de tenerlo- y dirigirlo de acuerdo a sus gustos o expectativas, ya sean éstas individuales o grupales.

Para aclarar, es habitual que durante la transmisión que Andy está llevando a cabo algún “miembro premium” le pida en el chat *room*, o en un mensaje privado, que se despoje totalmente de su ropa, que le envíe besos personalizados, que grite mencionado su “nombre”⁷⁴, que simule estar “montando” su juguete en forma de pene y otra serie de actos que se ajustan a los gustos y expectativas particulares de dicho usuario. Es importante recordar y dejar muy en claro que *MFC* no permite la participación de hombres como modelos de cámara web, por lo que las acciones que las chicas realizan suelen ser ejecutadas por ellas mismas o en ocasiones acompañadas de otras mujeres, pues los actos sexuales protagonizados exclusivamente por ellas sí son aceptados y bien vistos en este sitio web.

Continuando con el ejemplo, el factor de la colaboración sigue estando presente y parece ser muy importante. Si algún “miembro premium” decide ofrecer cierta cantidad de *tokens* [fichas] para que Andy lleve a cabo sus peticiones, pero estos

⁷⁴ *MFC* le da la oportunidad a las personas de crear un usuario que le permitirá identificarse durante su paso por la plataforma. A diferencia de los mundos virtuales en los que se crea un avatar de texto e imagen, en *MFC* sólo es posible establecer un alias y un perfil en el cual se incluyen datos del usuario como sus gustos, intereses, modelos favoritas, amigos que pueda tener en la plataforma y si éste así lo desea, publicar algunas fotos de su preferencia, aunque mostrar toda esta información siempre es opcional. Una discusión más detallada sobre la construcción de los avatares en mundos virtuales está contenida en el capítulo V de la obra de Tom Boellstorff (2008) *Coming of Age in Second Life*.

tokens no son los suficientes como para trasladar la escena a una “sala privada”, los demás usuarios que se encuentran en el chat *room* también son testigos del desarrollo de la escena y del cumplimiento de las peticiones de forma gratuita, sin la necesidad de invertir una sola ficha.

Por otra parte, hay momentos en los que un “miembro premium” propone llevar a Andy a una de estas salas privadas, pero al no querer hacerlo solo dado el costo por minuto que se debe cubrir, tiene la posibilidad de poner una especie de anuncio en la sala de chat para invitar a que otros usuarios se le unan y así, entre quienes lo deseen y lo decidan, acceder a un show privado que sólo ellos podrán visualizar.

Es probable que en ocasiones los “miembros premium” también quieran que Andy los observe. Cuando algo así se presenta ella les da la posibilidad de “abrir” sus cámaras por un tiempo limitado con un pago de por medio. Además, Andy ofrece shows privados por *Skype*, en los que también realiza acciones que los “miembros premium” que pagan por este servicio le piden y cuya duración suele ser de 5 a 10 o hasta 15 minutos. En esta dinámica de *Skype* algunos de los usuarios suelen encender y abrir sus cámaras, de manera que al efectuar esta acción se podría estar llevando a cabo una práctica que se consideraría como de cibersexo. Sin embargo, hay que aclarar que no todas las peticiones que le hacen a Andy y a otras modelos se cumplen ni son de índole sexual, a pesar de que el contexto de la página nos invitaría a pensar que el sitio está destinado únicamente al fomento y desarrollo de ese tipo de dinámicas. Andy comenta que algunos de los “miembros premium” -que con el tiempo se han convertido en sus amigos- de *MFC* la buscan sólo para platicar con ella:

“He conocido personas a las que realmente puedo considerar como amigos fuera de *MFC*. Y es curioso porque con ellos, desde un inicio, he entablado relaciones que no tuvieron que pasar primero por algún tipo de petición sexual como suele ocurrir casi siempre, y supongo que eso es normal... Pero el hecho de que platiquemos horas y horas mientras estoy transmitiendo no ha significado

que ellos mismos [sus amigos] dejen de darme *tokens* a pesar de que yo no le cobro a nadie por platicar ni por saludarlo. Hasta te puedo decir que uno de estos mejores amigos de *MFC* [Tom] es probablemente quien más propinas me ha dado en un cierto periodo de tiempo, y nunca ha habido una condición y ni siquiera una petición de por medio” (Andy, 2020).

De igual forma Andy señala que hay casos en los que algunos “miembros premium” les pagan a otras modelos para que platicuen con ellos a través de mensajes privados, les envíen saludos en el chat *room* mencionando sus nombres, coman, fumen, beban cerveza o vino, pinten cuadros y en ocasiones hasta para que canten determinada canción. Esto nos llevaría a pensar que algunos usuarios de *MFC* no sólo están en la consecución del cumplimiento de ciertos deseos o fantasías que tengan que ver con el placer sexual, y que muchos de ellos encuentran en esta página un sitio idóneo para entablar relaciones sociales que se separan del contexto estereotipado del lugar. Como Andy lo mencionó anteriormente, los “amigos” con los que ella platica de temas muy diversos, aparte de pagarle por eso, nunca o en muy contadas ocasiones le han hecho peticiones de índole sexual, de modo que cierta cantidad de personas acudirían a *MFC* con el fin de crear relaciones de amistad, lo que nos advertiría sobre un tipo particular de relación social real que emerge en este sitio *online* y que puede brincar a diferentes ámbitos, como las redes sociales y el *WhatsApp*.

Esta cuestión nos hace recordar lo que Hurtado Saa (2017) señalaba acerca del trabajo sexual, que en ocasiones no se limita únicamente a la prestación de servicios sexuales, pues ciertamente existe un ejercicio en el que se involucra la prestación de servicios emocionales, afectivos e incluso de cuidado, los cuales estarían presentes en casos particulares dentro de las dinámicas de las páginas de modelos de cámara web.

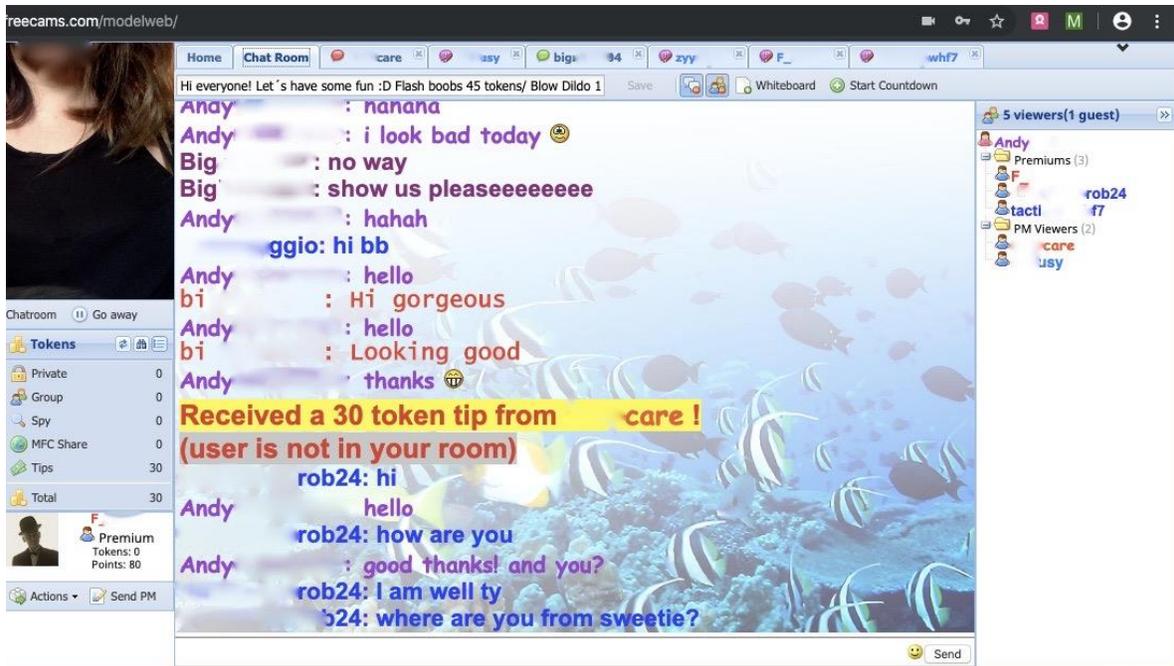


Ilustración 9. La sala de chat de Andy permite ilustrar la interactividad que surge entre los “miembros premium” y la modelo. Observamos cómo chatean en la sala principal pero también por medio de mensajes privados. Los indicadores de estos mensajes privados se muestran en la parte superior de la imagen, algunos con un globo -punto- rojo y otros en verde. En este instante Andy recibió una propina de 30 tokens, a pesar de que quien la otorgó no se encontraba en la sala.

Sobre el alto grado de interacción que permite *MFC* y la cuestión particular de la comunicación que se aleja un poco del contexto sexual que permea al sitio, tres usuarios de ésta nos comparten lo siguiente:

“Personalmente no interactúo con otros usuarios a menudo, pero es bueno hablar con las modelos y tener ese toque personal y formar amistades. También es bueno tener a alguien con quien puedas hablar sobre cualquier cuestión o problema que tengas de forma amistosa y un poco anónima, lo que hace que sea mucho más cómodo pedir ayuda o consejo. También es bueno poder estar allí para hacer lo mismo con otras personas. El lado interactivo es muy agradable desde el punto de vista pornográfico, ya que se siente más íntimo o divertido

que ver pornografía estándar y tienes una experiencia mucho más personal” (Dan, 2020).

“Si no hay interactividad, ¿cuál es el punto? Esencialmente sería la misma experiencia que mirar un video sin interactividad. El punto completo de un sitio de modelos de cámara web como *MFC* es la interactividad. No tendría sentido tenerlo al frente y al centro y no tomarlo en cuenta como la característica más desarrollada de este tipo de páginas” (Steve, 2020).

“Yo supongo que la interactividad que se logra entre miembros y modelos es la mejor cosa que tiene *MFC*. ¡Es la razón principal por la que yo estaba en ese lugar!” (Tom, 2020).

Según lo que podemos rescatar de estas percepciones, el tipo de interactividad que se alcanza en *MFC* es probablemente su característica más importante, la cual resulta sumamente atractiva -y quizá definitoria- para que los usuarios continúen visitando el sitio y construyan lazos con los modelos que ahí encuentran, con quienes entablan lazos de amistad que van más allá de las peticiones de índole sexual.

Asimismo, hay que destacar que el usuario Dan toca un tema interesante que se relaciona estrechamente con una de las propuestas presentes en el estudio de Arcand (1993) y que Guillén (2013) también analiza a lo largo de su investigación sobre la pornografía *amateur*: la aparente búsqueda de una mayor autenticidad hoy en día por parte de los consumidores de pornografía en internet.

Esta especie de “ventaja” que estarían adquiriendo los contenidos del porno *amateur* y de los sitios de modelos de cámara web por encima de la pornografía comercial, radicaría, posiblemente, como lo señala Arcand, en que usualmente “la verdad es la que ofrece el mejor excitante” (1993, p.189), de tal suerte que en el performance llevado a cabo por los modelos webcam o en algún video *amateur* los

usuarios podrían apreciar un mayor grado de autenticidad y hasta de credibilidad (Arcand,1993) a diferencia de los contenidos un tanto estereotipados, predecibles y monótonos que se observan con regularidad en las escenas producidas y distribuidas por el porno comercial.

A pesar de esto, conviene matizar sobre lo propuesto por Arcand, planteando que lo verosímil -indispensable en la ejecución y desarrollo de un performance- y no la verdad en sí, sería el elemento fundamental para ofrecer ese grado de credibilidad y por lo tanto, de mejor excitante (Díaz, 2020 comunicación personal). En consecuencia, cuando estos dos factores se combinan, el de la verosimilitud y el de la credibilidad, posiblemente encontrarían una respuesta muy favorable por parte de los consumidores de pornografía *amateur* y de sitios de webcam *models*. El mismo sitio *My Free Cams* pareciera estar consciente de esta situación al expresar en su *wiki* oficial que “decirle a las modelos o miembros cómo actuar o dirigirse, quitaría la interacción honesta y real en el sitio. Haría que este lugar fuera falso y aburrido” (*MFC Wiki*, 2020). A reservas de averiguar más al respecto, teniendo en cuenta que es complicado sugerir si el elemento de la interacción honesta está presente en todas las dinámicas que se suscitan en *MFC* y en qué medida, por ahora nos parece sumamente adecuado subrayar esta cuestión.

Otro de los casos de modelos web al que nos podemos referir es al del sitio *Chaturbate.com*. A diferencia de *MFC*, *Chaturbate* cuenta con una gran diversidad de cámaras de modelos a las cuales se tiene la oportunidad de acceder. Aquí se encuentran mujeres solas, hombres solos, personas trans, gays, lesbianas, orgías, tríos, intercambios de parejas... ante la variedad tan amplia con la que cuenta este sitio es imposible dar cuenta de todos los contenidos que se exhiben y del tipo de modelos que participan, pero la dinámica económica bajo la cual opera este lugar es básicamente la misma que la de *MFC*. El usuario adquiere una cantidad de *tokens* para hacerle peticiones especiales a quien(es) esté(n) ejecutando la escena que está(n) visualizando, o simplemente para pagar por una de las opciones que los modelos presenten en su menú, que van desde enviar saludos, hasta iniciar el acto sexual.

En este lugar son comunes las actuaciones de sexo en grupo, especialmente aquellas que involucran a una mujer que sostiene relaciones sexuales con más de dos hombres, la mayor parte del tiempo con cuatro o hasta cinco individuos. Para estos casos sería interesante conocer cómo se reparten las propinas que los usuarios les otorgan durante sus actuaciones, aunque, al parecer, en *Chaturbate* muchas de las transmisiones disponibles de este tipo son realizadas desde las llamadas agencias de modelos de cámara web, por lo que suele haber un moderador o director de la escena que es quien interviene la mayor parte del tiempo no sólo para que la transmisión dé inicio, sino para el desarrollo y continuidad de ésta y para la constante invitación a que los usuarios que están presenciando los actos sexuales ofrezcan propinas que “motiven” a los modelos y éstos puedan seguir ejecutando su actuación.

Si bien ciertos elementos que suceden en *Chaturbate* son diferentes a los que observamos en *MFC*, la dinámica medular es prácticamente la misma en los dos sitios, y consiste en destinar cierta cantidad de fichas para poder interactuar de forma más directa con la(s) persona(s) que está(n) llevando a cabo una transmisión. De nuevo recurrimos en estas instancias a los usuarios antes señalados, quienes nos argumentan por qué prefieren ser usuarios de *MFC* y no de *Chaturbate*, de acuerdo a sus experiencias personales en ambas plataformas,

“Principalmente prefiero a *MFC* por la oportunidad de hablar con una selección de mujeres diferentes de todo el mundo y el hecho de que no importa a qué hora del día sea, siempre hay alguien con quien hablar. Me parece interesante escuchar lo que está sucediendo en diferentes lugares y escuchar diferentes puntos de vista sobre las cosas y escuchar sobre diferentes libros, música y tradiciones que no son populares de donde soy y que quizás nunca haya experimentado. También es una oportunidad de cruzarme con personas diferentes con las que probablemente no hablaría o no me habría encontrado en otro lugar” (Dan, 2020).

“Prefiero *MFC* porque no está tan centrado totalmente en los privados como algunos otros sitios que he usado. ¡Aquí tú puedes hablar si quieres!” (Steve, 2020).

“Sin duda alguna *MFC* es mucho más accesible que otras páginas” (Tom, 2020).

Tal parece, según lo que expresan Dan y Steve, que *MFC* les da la oportunidad de hablar -comunicarse- con mujeres provenientes de distintas partes del mundo sin que sea forzoso invertir dinero para lograr entablar este diálogo con ellas. Aunque también hay casos en los que las modelos “más famosas” suelen ser inalcanzables para un usuario que no cuente con los suficientes *tokens* como para poder pagar por una charla privada o por el envío de un saludo personalizado, la gran cantidad de modelos que existen en *MFC* vuelve menos complicada la tarea de encontrar chicas que accedan a platicar sin un pago de por medio.

Según señalan estos mismos usuarios, en *Chaturbate* es más difícil platicar con I@s modelos, pues aparte de que imperan las peticiones sexuales y se privilegian estas acciones, I@s modelos de esta página suelen ponerle precio casi a todo, o presionar para que el usuario invierta sus *tokens* y así se obtenga una ganancia, por lo que convendría decir que *MFC* goza de una mejor reputación que *Chaturbate*, pero eso no le resta el atractivo particular que cada una de estas plataformas puede poseer.

A distancia del mundo de las modelos de cámara web hay actrices porno profesionales que deciden hacer transmisiones en vivo desde sus cámaras web, ya sean en sus propias páginas oficiales de internet o en sus redes sociales. Para que una persona interesada pueda acceder a éstas, es indispensable pagar por adelantado y reservar un lugar, o cuando la transmisión haya dado inicio, es necesario cubrir un monto para conseguir el acceso. Un aspecto que hay que remarcar luego de esta serie de ejemplos es la posibilidad con la que cuentan los usuarios -tanto de páginas de videos pornográficos en internet, como de sitios de modelos webcam- de emitir comentarios y poner calificaciones a los contenidos que consumen, y que suele dar pistas a los creadores sobre lo que las audiencias

prefieren y lo que menos retribuciones generan, evidenciando la interactividad⁷⁵ que se alcanza entre creadores y consumidores gracias a las innovaciones digitales. No obstante, parece que los mejores casos que ejemplifican este punto serían los de modelos de cámara web.

3. Industrias de experiencias sensoriales. Los contenidos (o experiencias) no sólo se transmiten, se experimentan directamente a través de los sentidos de una forma no lineal.

Este tercer punto se vincula estrechamente con el anterior, particularmente con el caso de las páginas que se enfocan en transmisiones de modelos de cámara web, y nos permite atestiguar claramente cómo la pornografía se ha valido de innovaciones tecnológicas para mantenerse presente en el ciberespacio. Aparte de la interacción que se da entre creadores y su público, que ahora es capaz de modificar directamente el contenido que observa, este mismo público tiene la oportunidad, gracias al dinero que ofrece a la(s) persona(s) que está(n) ejecutando la transmisión en vivo, de emitirle(s) experiencias en el cuerpo que van más allá de la excitación y el placer que el contenido audiovisual desplegado en la pantalla produce. Detallemos más este punto para su mejor comprensión.

La manera en la que se puede realizar esta emisión de experiencias más reales o directas se da gracias a la creación e implementación de juguetes sexuales vibradores que reaccionan a la distancia, a través de la instalación de un software o de aplicaciones que son compatibles con la plataforma desde la cual se está realizando la transmisión -*MFC* o *Chaturbate*, por ejemplo-. Estos juguetes se configuran a través de un dispositivo móvil -celular-, se conectan por medio de *bluetooth* y responden con movimientos de mayor o menor potencia, según la cantidad de dinero que el portador del juguete reciba por parte de los miembros de la audiencia. Dichos dispositivos -a los que ya hemos hecho referencia en este trabajo- se conocen como “*teledildonics*” o “*cyberdildonics*” (Neely, 2010), los

⁷⁵ Hay que destacar el papel que desempeñan las audiencias, pues en el consumo “ocurren movimientos de asimilación, rechazo, negociación y re-funcionalización de aquello que los emisores están proponiendo” (García Canclini, 1999, p.43).

cuales, incorporados al cuerpo de la persona que los porta “recrean las sensaciones táctiles del sexo físico” (Neely, 2010, pp.91-92).

Andy nos comenta que mientras la cámara de su chat *room* está encendida, ella se muestra siempre atenta ante las peticiones de los “miembros premium” que la visitan. Por lo regular, ella expone una especie de lista de precios -conocida como *Room Topic*- con las acciones que prefiere realizar en cada transmisión, entre las que encontramos habitualmente: mostrar los senos, simular sexo oral al juguete que tiene en forma de pene, sacar la lengua, darse nalgadas y, por último, quizá la que expresa un mayor grado de interacción y generación de experiencias sensoriales entre ella y los usuarios: el monto -propina- que se debe pagar para que el juguete vibrador -*teledildonic*- que Andy tiene puesto entre sus piernas reaccione con movimientos preestablecidos de mayor o menor potencia y duración, según sea la cantidad de *tokens* que alguien le pueda ofrecer para que eso suceda.



* *Room Topic: Hi everyone! Let's have some fun :D
Flash boobs 45 tokens/ Blow Dildo 10 tokens/ Open
your cam 30 tokens/ Skype show/ Snapchat/ Say Hi!
It's Free!!!!!!!*

* *Room Topic: Hi everyone! Let's have some fun :D
Flash boobs 45 tokens/ Blow Dildo 10 tokens/ Open
your cam 30 tokens/ Skype show/ Snapchat/ Lush ON/
Say Hi! It's Free!!*

Ilustración 10. Toma del *Room Topic* de Andy.

Es necesario señalar que en más de una ocasión Andy le ofrece el control del *teledildonic* a un determinado “miembro premium” siempre y cuando se llegue a un acuerdo sobre el número de fichas -*tokens*- que se deberán pagar para que esto pueda llevarse a cabo. Cuando se consuma la negociación, en automático el

software que permite el funcionamiento del juguete de Andy despliega en la pantalla del usuario una especie de menú personalizado que le permitirá a éste manipular - desde su computadora o teléfono inteligente- los movimientos y las vibraciones del dispositivo a su gusto, sin importar que exista una distancia de hasta miles de kilómetros entre él y la modelo.

Loveuse Toys Respond to Tips
Models can create their own levels. Here are my levels:

	Tip	Toy	Time	Power	Pump/Rotation
LEVEL1	10~30		10	Low	----
LEVEL2	31~50		15	Low	----
LEVEL3	51~60		15	Medium	----
LEVEL4	61~70		20	Medium	----
LEVEL5	71~100		40	High	----

Special Commands

Tip **150** tokens ⇒ Send **35** second wave pattern 

Tip **140** tokens ⇒ Send **30** second pulse pattern 

Tip **160** tokens ⇒ Send **40** second fireworks pattern 

Ilustración 11. Menú que indica la cantidad de tokens -tip- que el usuario deberá dar para que el juguete reaccione a una potencia y duración determinada. Los parámetros son establecidos por Andy.

La venta de este control sobre el *teledildonic* que Andy lleva puesto es por un tiempo limitado, que regularmente oscila entre los 3 y los 5 minutos, dependiendo de la cantidad de *tokens* que estén de por medio y de la relación que exista entre la modelo y el usuario. Aparte de esta lista de precios que Andy crea, y que muchas otras modelos utilizan personalizándola según sus gustos pero también sus intereses, los usuarios tienen la posibilidad de hacerles peticiones a las modelos como lo observamos en el punto 2 y así alterar, de acuerdo a sus intereses, el curso de la transmisión que están viendo, siempre y cuando la modelo esté de acuerdo y se logre un trato que resulte redituable y atractivo para ambos.

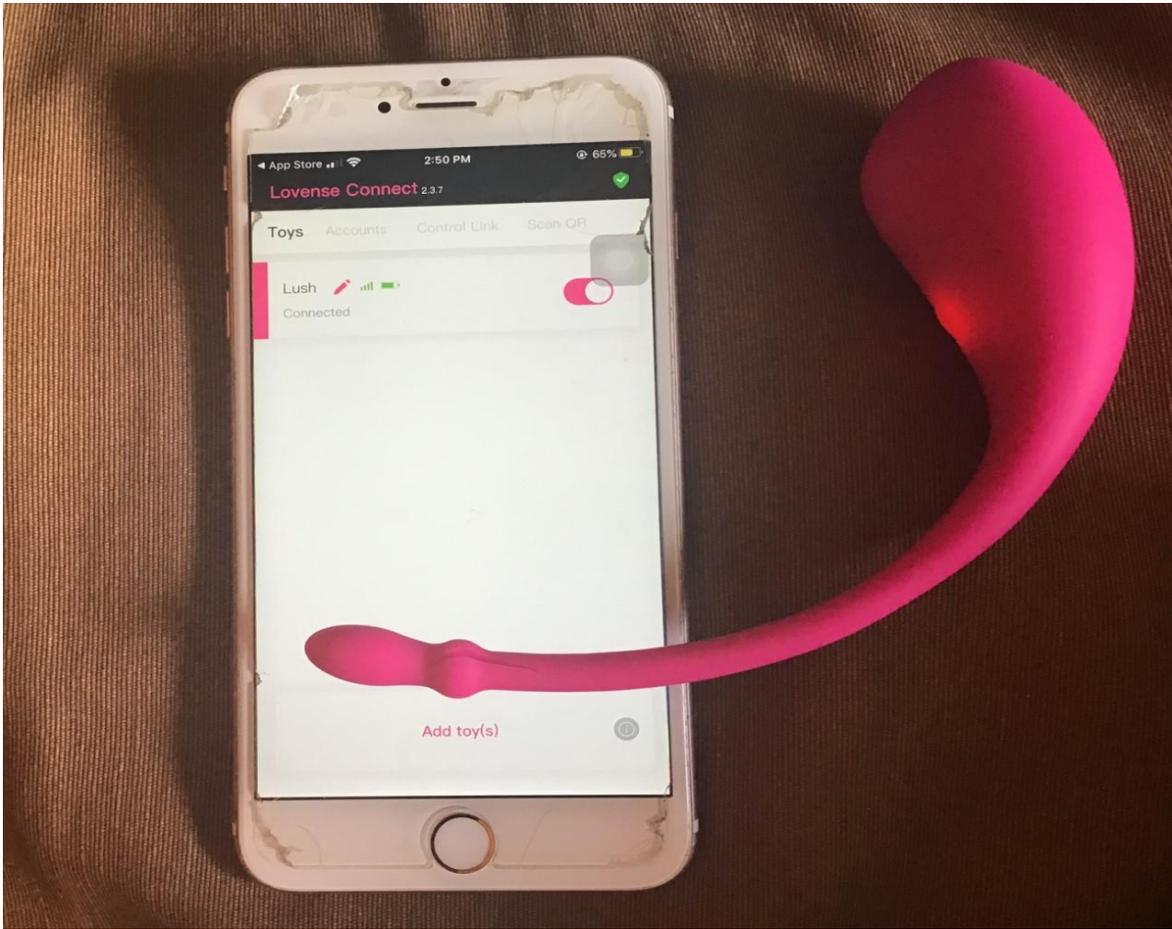


Ilustración 12. *Teledildonic* que utiliza Andy. En la fotografía se observa cómo es necesario tener una *app* en su teléfono móvil para poder conectarlo y hacer que funcione.



Ilustración 13. Una vez que el juguete ha sido sincronizado se despliega en la sala de chat el menú que indica las propinas, la potencia y la duración. Observamos en la parte superior derecha un ícono verde que indica que el dispositivo de Andy está activo y listo para usarse.

Quizá la explicación hasta aquí resulte un tanto confusa, pero, en resumidas cuentas, la aparición de juguetes sexuales que pueden ser manipulados a la distancia a través de un software y de aplicaciones digitales brindan una característica más por la cual podríamos considerar a la pornografía dentro de las industrias culturales creativas. Aquello que estaría modificando los elementos presentes en este contexto de innovación tecnológica serían los componentes de interacción que se les presentan tanto a los usuarios como a los creadores de contenido.

El eje fundamental en este nivel se concentra en el control -o ilusión de control- del desarrollo de la escena que obtienen los usuarios en mayor o menor medida, punto en el que será importante introducir la idea de producciones performativas para dar cuenta de la influencia o el impacto que se está efectuando en las modelos, y a su vez, de la influencia que efectúan las modelos en los usuarios. No ignoramos, por

supuesto, el concepto de performance⁷⁶, pero en adelante la tarea pendiente estará puesta en profundizar en la construcción de escenarios verosímiles mediante la ejecución llevada a cabo por las modelos durante sus transmisiones en *MFC*.

4. Industrias escénicas y patrimoniales. Industrias con un contenido material que en esencia no se puede digitalizar

Finalmente podríamos considerar como parte de las industrias escénicas que en esencia no se pueden digitalizar aquellos eventos que se desprenden de la pornografía y de sus alianzas con otras experiencias y espectáculos derivados de la industria del sexo, en los cuales también encontramos manifestaciones de distintos grados de interacción. Este sería el caso concreto de la Expo Sexo que se lleva a cabo año con año en la Ciudad de México. Los asistentes, previo pago de por medio para acceder al evento, pueden encontrar actrices porno, gente *swinger*, modelos y edecanes con quienes retratarse por precios diversos e inclusive tocar algunas partes de sus cuerpos siempre y cuando exista ese acuerdo o autorización.

Así como lo mostró Guillen (2013), el casting para ser actor porno que se lleva a cabo en las ediciones de la Expo Sexo es un clarísimo ejemplo de la interacción que pueden experimentar tanto los asistentes como los modelos o actores elegidos para poner a prueba a quien se sienta capaz de simular una escena sexual frente a las decenas de curiosos que se reúnen para presenciar dichos intentos. La dinámica y la logística que está detrás de estos castings ha sido descrita a profundidad por Guillen en su trabajo con la editorial *Matlrock*, pero para el caso que nos compete en este punto, es válido sugerir que los castings, así como las oportunidades que tienen los asistentes de tomarse fotos y hasta de lograr cierto contacto físico con los actores, edecanes y modelos, representan otro tipo de interacción que también es evidente pero que aún no se ha podido digitalizar.

Antes de cerrar con este punto es necesario retomar a las modelos de cámara web para enfatizar que ellas también forman parte de este tipo de espectáculos

⁷⁶ El performance borra la distinción entre lo que es real y lo que es ficción; pues juega con los límites. Atiende el comportamiento corporal.

ocasionalmente. Como recordaremos, la página inicial de *MFC* muestra las fotografías de las modelos que están transmitiendo en vivo en un orden de mayor a menor popularidad. Pues bien, cuando llegan las fechas en las que se organizan Expos de webcam *sites* o de entregas de premios, *MFC* envía invitaciones personalizadas a las modelos más populares para que asistan y representen a la plataforma en los eventos antes mencionados, esto como un reconocimiento al éxito que han alcanzado con sus transmisiones, pero también como un gancho muy atractivo y redituable para que los miembros de *MFC*, seguidores y amigos de las modelos seleccionadas decidan adquirir una entrada y conozcan e interactúen con las modelos en persona.

Adicionalmente, hay que tener en cuenta que todos estos eventos suelen gozar de una gran difusión en medios de comunicación y redes sociales, pero el espacio físico en el que se realizan, la oferta que presentan y la asistencia de las personas son factores indispensables para su vigencia, continuidad, y para la gran derrama económica que se obtiene gracias a su realización.

Así como hemos visto hasta aquí, un elemento crucial para que las industrias culturales puedan considerarse como digitales es la capacidad que tienen sus bienes o productos culturales para transitar hacia lo digital. En otras palabras, su potencial de digitalización, cuestión que se ve claramente reflejada en la alianza pornografía-tecnologías, que ha dado pie a una mayor difusión del porno (Guillén, 2013) y ha favorecido que productos de impresión gráfica como revistas y fotografías emigren a formatos digitales exitosamente, situándose en el mismo espacio junto con otra serie de mercancías muy importantes “como son los videos compartidos y las cámaras web” (Peña Sánchez, 2012, p.48).

“Las tecnologías digitales permiten crear obras antes inimaginables y potenciar aquellas concebidas originalmente en formatos analógicos. Las industrias más proclives a ser digitalizadas aumentan su circulación, su preservación, su alcance, su distribución y, finalmente, su valor” (Secretaría de Cultura, 2018, p.54).

Aun cuando hay un aumento en las posibilidades de las industrias que transitan exitosamente hacia lo digital, en el camino también se dejan fuera otros mercados. En el caso de editoriales de material pornográfico “tradicional” o “convencional”, como “*Matlarock*” (Guillén, 2013) -que comercializaba sus mercancías en puestos de revistas para un público definido que probablemente prefería obtener y disponer del producto en físico-, la adaptación al ecosistema digital requirió de nuevas habilidades tanto para producir, difundir y vender, como para acoplarse al público que demandaba otro tipo de materiales.

Este ajuste muy probablemente excluyó a unos cuantos, principalmente a aquellos consumidores que no contaban con los recursos económicos ni con las habilidades tecnológicas necesarias para acceder al material que ahora estaba disponible en línea, debido a lo cual el tránsito hacia lo digital también excluye y deja fuera a más de un individuo en el proceso. No obstante, si consideramos que la industria pornográfica forma parte de ese capitalismo salvaje que prioriza las ganancias y los beneficios económicos por sobre lo demás, se obligaría tarde o temprano a que los excluidos, mediante distintas estrategias -como la población de escasos recursos que “se hace poco a poco de diversos artefactos tecnológicos endeudándose o haciendo esfuerzos laborales extraordinarios” (Díaz y Roque, 2014, p.97)-, encuentren la manera de incluirse.

Otro de los aspectos fundamentales de las industrias culturales digitales es la creatividad como motor de la innovación. Esta creación de obras “antes inimaginables” se evidencia, por ejemplo, con la posibilidad de que las personas observen sesiones de sexo en vivo a través de dispositivos tecnológicos, las cuales pueden llegar a modificar en tiempo real gracias al tipo de interacción que surge entre los mismos miembros de la audiencia y entre quienes protagonizan dichas sesiones, reflejando un cambio de emisiones “*broadcast*” a lo que se conoce actualmente como “*narrowcast*”⁷⁷.

⁷⁷ La emisión tipo “*broadcast*” es aquella que se presenta en la forma de transmitir contenidos por parte de los medios tradicionales, como la radio y la televisión, que fueron diseñados con una lógica de masas. Las emisiones “*narrowcast*”, por su parte, “están dirigidas a grupos y nichos que pueden contar, además, con canales

Pero los cambios no son visibles únicamente en la manera de transmitir los contenidos virtuales. La interactividad, a su vez, genera experiencias que se pueden sentir en el cuerpo yendo más allá del contenido intangible que se despliega a través de las pantallas, gracias a la innovación tecnológica y al desarrollo de internet, que ha impactado, sin lugar a dudas, “en las formas tradicionales de la comunicación y de las industrias culturales tal como eran concebidas” (Secretaría de Cultura, 2018, p.60).

Como una industria cultural digital que es creadora y generadora de experiencias, la pornografía ha implementado el uso de juguetes sexuales que no sólo permiten la interacción entre la audiencia y los creadores de contenido. Además, le ha dado la facultad a los miembros de la audiencia de emitir a la distancia -a través de los juguetes antes descritos-, vibraciones y movimientos que se sienten real y directamente en el cuerpo, cuestión que, hasta el día de hoy, es una prueba tangible de cómo se pueden generar experiencias físicas gracias a la incorporación de dispositivos digitales en la industria pornográfica. Tal como lo señala Sarah Neely,

“los desarrollos tecnológicos a lo largo de los años han tenido como uno de sus objetivos simular una experiencia sexual “real”, no sólo en términos de una mayor verosimilitud de representación, también en relación con la simulación [y estimulación] de la sensación” (2010, p.91).

7.4 Autonomía creativa: Modelos web y el porno *amateur*

Es conveniente sugerir, en concordancia con lo anterior, que las industrias culturales digitales también “configuran nuevas posibilidades de enlace e interacción”

de retorno activos y con una mayor capacidad de interacción con las audiencias” (Secretaria de Cultura, 2018, p.57).

(Secretaría de Cultura, 2018, p.57). Situación que está presente y que se puede aplicar a ciertos contenidos pornográficos diseminados en el ámbito digital. Las páginas de modelos de cámara web y aquellas dedicadas a difundir y compartir videos *amateurs* permitirían atestiguar la existencia “de cierta autonomía creativa, aunada a la experimentación/creación de usuarios y de creadores de contenidos”⁷⁸ (Urteaga, 2012, p. 40). De hecho, nos gustaría plantear que el fenómeno de las modelos de cámara web encontraría cierta proximidad con el desarrollo de la pornografía *amateur* gracias al internet. Y es que tal como lo apunta Philips, “en ningún momento anterior de la historia tantas personas han producido y compartido su propia pornografía” (2015, p.77).

La autonomía creativa mencionada por Urteaga (2012) quedaría en evidencia cuando una pareja decide grabar sus encuentros sexuales para distribuirlos en internet. Quizá no exista una previa planeación sobre el desarrollo del acto, y tampoco un guión de escena que deban seguir para cumplir las demandas de un director o una productora que esté detrás de esta actividad, aunque existe la enorme probabilidad de que en el mostrarse, dejen entrever cierta influencia en sus acciones de lo que anteriormente señalamos como “el prisma pornográfico” (Agger, 2012, p.46 en Phillips, 2015, p.67).

Por otro lado, una mujer que se asume como modelo de cámara web y que no está afiliada a ninguna agencia o compañía que la represente o le imponga condiciones tiene la oportunidad de dirigir su performance como ella lo prefiera, experimentando con su creatividad y poniéndola a prueba frente a su audiencia, recibiendo distintas respuestas que le permitirán o no seguir esa línea de libertad creativa.

Empero, tal como Urteaga lo señala, únicamente existe “cierta” autonomía, pues es verdad que no se encuentra una libertad total y no todo está permitido en las

⁷⁸ Las capacidades creativas de los sujetos en el contexto del comercio sexual, tanto de usuarios como de creadores de contenido (modelos de cámara web, personas que crean porno *amateur*, por ejemplo), podrían pensarse en un posterior análisis como un factor que surge debido a la precariedad, entendida como "estar involucrados -los sujetos- en procesos productivos-creativos caracterizados por no tener un salario fijo ni prestaciones sociales, multifuncionalidad en las labores y/o actividades que realizan, no poner límites horarios a su trabajo (auto-explotación) y borrar los linderos entre trabajo y ocio y trabajo y vida cotidiana (se vive para trabajar, aunque sus discursos digan lo contrario)" (Urteaga, 2012, p. 40).

distintas páginas web en las que modelos y *amateurs* despliegan sus contenidos. Por tal razón, estos individuos tienen que ceñirse a una serie de normas y restricciones que se les imponen, pero que, sin duda alguna, les ofrecen un margen de autonomía mucho mayor al que podrían obtener trabajando bajo las condiciones de jefes o empresas que dicten qué y cómo se deben hacer las cosas. De esta forma, gracias a las innovaciones tecnológicas que presentan nuevas posibilidades para que las personas experimenten y se relacionen entre sí (Philips, 2015), se estaría poniendo sobre la mesa del debate “la capacidad que tienen los consumidores y los productores del porno de actuar como sujetos creativos” (Philips, 2015, p.77).

8. El negocio del porno en internet

“La industria pornográfica no es diferente de cualquier otra empresa” (Arcand, 1993, p.45 *en* Guillén, 2013, p.68).

De acuerdo con las últimas cifras publicadas por *PornHub*, el mayor sitio pornográfico en internet actualmente, durante 2019 recibió un total de 42 mil millones de visitas, más de 39 mil millones de búsquedas y un promedio aproximado de 115 millones de visitas diarias⁷⁹ (pornhub.com/insights, 2019; INFOBAE, 2019).

El acceso a ciertos productos culturales hoy en día, como la pornografía y sus diversas expresiones, se hace y también se potencializa a través de una amplia variedad de mediadores tecnológicos que se transforman continuamente (Urteaga, 2012). La pornografía y sus distintos productos se han convertido en una industria cultural que es más poderosa en el mundo digital de lo que es en el mundo material (López, 2017). Esto se debe, en parte, a la capacidad que han mostrado un gran número de sus contenidos para transitar con éxito hacia la digitalización -como constatamos en los apartados anteriores de este trabajo-. Pero también al modelo de negocios que le permite a esta industria operar en internet y que está estrechamente relacionado con la publicidad.

Al navegar a través del ciberespacio, específicamente en páginas pornográficas, existen varias posibilidades para que los usuarios accedan a la oferta tan amplia de contenidos que en apariencia están disponibles para todos. Los sitios con una estructura similar a la de *YouTube* son conocidos como *tube porn*, y en ellos se pueden compartir videos *online* provenientes de dos fuentes principalmente. Por un lado, son los mismos usuarios los que deciden crear sus propios canales y publicar dichos videos -*amateurs* o de empresas reconocidas-. En el otro extremo encontramos un número considerable de casas productoras que también cuentan con canales para subir su contenido⁸⁰, el cual actualizan constantemente (López, 2017). Un buen número de compañías pornográficas suelen agruparse en este sector y de esta manera aspiran a conseguir grandes ganancias de la misma forma

⁷⁹ En el caso particular de México, las cifras emitidas por *PornHub* arrojan que durante 2019 se ubicó dentro del top diez de países que más pornografía consumieron a través de *PornHub*, y dentro de los cinco países en el mundo con mayor consumo de pornografía por parte de mujeres (pornhub.com/insights, 2019; INFOBAE, 2019).

⁸⁰ Según INFOBAE (2019), en *PornHub* se subieron más de 6.83 millones de videos en 2019.

que el resto de los sitios no pornográficos del ciberespacio lo hacen: a través de *banners*, o lo que es lo mismo, publicidad.

8.1 La importancia de la publicidad

Los *banners* son anuncios conformados por texto, imagen, audio, e incluso vídeo (Fernández-Paniagua, 2019) que tapizan las páginas de internet con publicidad, o con secciones que permiten a los usuarios dirigirse a otros sitios que en apariencia, también ofrecen contenido porno, pero que ocasionalmente suelen ser engañosos (López, 2017). Es en este momento en el que descubrimos que gran parte del secreto que está detrás de toda esta maquinaria pornográfica digital se concentra en una sola palabra: publicidad.

Sin embargo, otro de los elementos indispensables para que la pornografía en internet funcione y sea tan redituable es el uso de los llamados *traffic brokers*, que están íntimamente relacionados con el uso y manejo de datos al cual nos referimos cuando tratamos de explicar el fenómeno del “filtro burbuja” en nuestro capítulo dedicado al desarrollo de internet. Los *traffic brokers* constituyen una de las tantas formas que se pueden utilizar para ganar dinero en línea, al vender información con fines publicitarios. En general, son los encargados de dirigir una gran cantidad de tráfico hacia el contenido que se desea mediante la publicidad que se muestra de otros sitios, o de productos afiliados al sitio en el cual están siendo exhibidos.

En términos más simples podríamos decir que son intermediarios que se valen de los datos de los usuarios para hacer negocios -basta recordar a Espino (2019) para quien este tipo de información se ha convertido en una de las principales fuentes de riqueza de la nueva economía-. La dinámica de los *traffic brokers* consta de recopilar información en un sitio específico. Ésta se empaqueta y se comparte o se vende con terceros -otros sitios de internet-, con el fin de que, gracias a la información que se ha obtenido sea posible hacer una orientación precisa de publicidad para los

usuarios, que los enganche y los haga consumir cierto tipo de productos y contenidos, casi diseñados a la medida para ellos⁸¹.

A la nueva era de la industria de la publicidad (Lins Ribeiro, 2018) que aparece en internet se le conoce como *publicidad display*, y constituye un formato publicitario *online* en el que el anuncio *-banner-* se muestra en una página web de destino, por lo general presentado en la parte superior o lateral de la misma. Los *banners* pueden ofrecer cierta interacción al usuario y así conseguir un aumento del porcentaje de clics sobre el número de impresiones de dicho anuncio (Fernández-Paniagua, 2019).

La cantidad de usuarios que hacen clic sobre algún enlace o sobre algún anuncio que los dirige a otra página es de suma relevancia⁸², pues es uno de los indicadores de rendimiento más importantes dentro del mundo de las campañas de publicidad en línea (Maciá, 2019). Esto se debe a que los anunciantes pagan por cada visita que sea generada, por lo que el diseño del anuncio y el contexto en el que es publicado son factores cruciales para determinar su eficacia.

Toda esta explicación sobre los *traffic brokers* tiene su justificación para el tema que hemos estado tratando. En el caso de la pornografía existen redes complejas de sitios web, todos ellos haciendo dinero entre sí (Pyne, 2019). El tráfico de usuarios que generan las páginas pornográficas que están vinculadas entre sí y que se redirigen unas con otras hace posible que se gane dinero a causa de estas dinámicas originadas por un clic *-aquí encontramos esa apropiación gratuita de valor, economía del clic y del me gusta (Lins Ribeiro, 2018) a la que hicimos referencia con anterioridad-*, y por la curiosidad de los usuarios que están ávidos de encontrar y disponer de más materiales a los cuales puedan acceder.

⁸¹ Es un tanto complicado hallar una definición precisa sobre este término, debido a la presencia en internet de lo que podríamos catalogar como “manuales” que muestran los posibles “beneficios” para las empresas que contraten estos servicios. Para más información, se puede revisar: <https://jarjourni.wordpress.com/2014/06/08/what-is-traffic-brokering-and-how-to-become-a-traffic-broker/> (consultado el 16-02-2020).

⁸² Gerlitz y Helmond perciben al enlace ‘link’ “como una moneda interna en la “red de informaciones”, en la que los contadores son herramientas importantes para la atribución de valor” (Lins Ribeiro, 2018, p.24).

Hay que mencionar otro aspecto relevante. En las páginas porno sólo es posible observar anuncios *-banners-* relacionados con el mismo porno y con la industria del sexo. Los servicios que se ofertan a través de estos *banners* aluden y apuntan frecuentemente a sitios de citas para adultos, algunas páginas de modelos de webcam, a tiendas especializadas en comercializar productos sexuales en línea, “farmacias” que presentan remedios mágicos -conocidos como los famosos “productos milagro”- e instantáneos que mejoran la potencia y las capacidades sexuales, y hasta algunas páginas de juegos y videojuegos sexuales interactivos creados y modificados para adultos (Pyne, 2019).

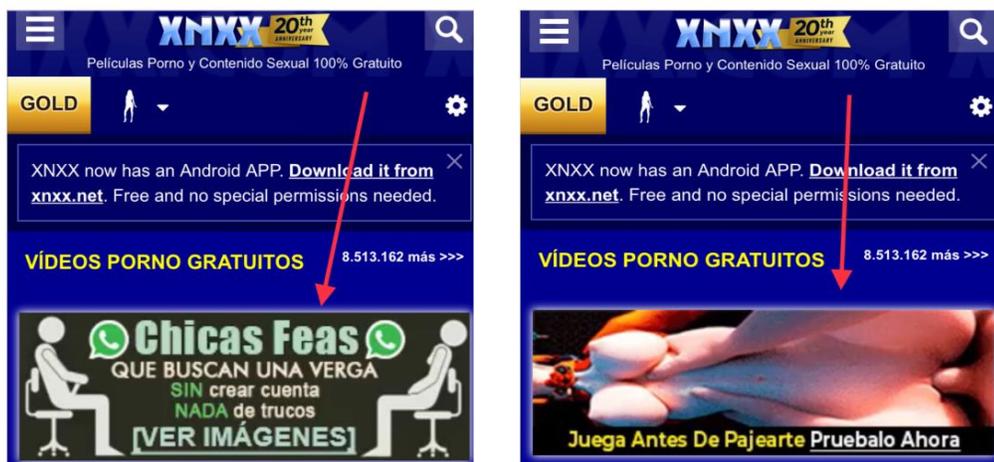


Ilustración 14. De la página oficial de XNXX. Encontramos estos *Banners* en la parte superior del sitio. El primero direcciona a los usuarios a sitios de contactos o de citas, mientras que el segundo promociona video juegos para adultos. Fuente xnxx.com.

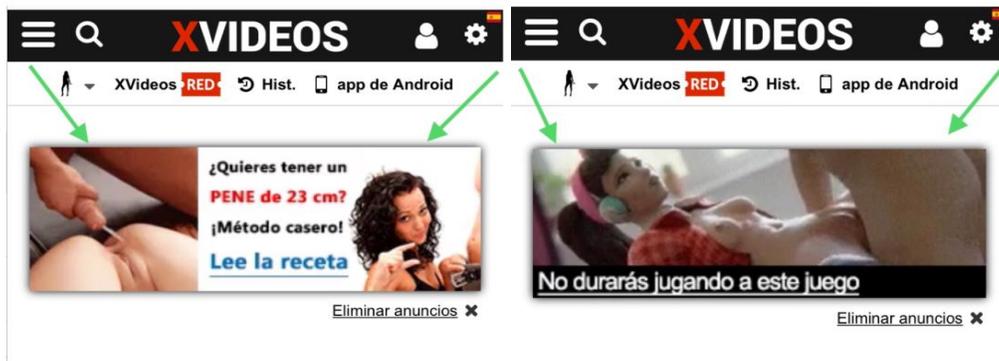


Ilustración 15. De la página oficial de XVIDEOS. De nueva cuenta encontramos estos *Banners* en la parte superior del sitio. El primero promociona los llamados productos milagro. En este caso una receta casera que aumenta el tamaño del pene. El segundo invita a los usuarios a probar este video juego para adultos. Fuente xvideos.com

8.2 Modos tradicionales del porno para generar ganancias

Ciertamente el elemento publicitario es fundamental en la estrategia de negocios que ha implementado la pornografía en internet. A pesar de lo cual, hay otras cuestiones “más clásicas” que no debemos que perder de vista, las cuales, por obvias que parezcan, también siguen representando una serie importante de ingresos para esta industria⁸³.

⁸³ Se habla sobre una posible *precarización* de la industria del porno, pues los sitios que ofrecen contenido gratuito cada vez cobran más fuerza en internet, por lo que habría una especie de desplazamiento de quienes están a cargo de la industria, que pasaría de compañías creadoras de contenido, a compañías que se aprovechan de este contenido ilegalmente para obtener ganancias por medio de la publicidad. A pesar de ello, la comercialización de materiales pornográficos siguen llamando la atención de usuarios que navegan por la web. https://www.eldiario.es/tecnologia/Internet-lleno-gratis-servicios-premium_0_926008040.html (consultado el 16-02-2020) http://www.teinteresa.es/Economikon/MindGeek_Pornhub-precarizacion_del_porno_0_1798020448.html (consultado el 16-02-2020)

Algunos sitios pornográficos en internet, sobre todo aquellos que se presentan como “oficiales” de grandes productoras de contenido como *Brazzers* -Canadá-, *Fakings* -España- e incluso *Sexmex* -México-, brindan la posibilidad a los usuarios que los visitan de navegar y explorar por sus páginas de forma libre y gratuita en primera instancia. Empero, una vez que se quiere acceder al material disponible, las cosas cambian y el negocio sale a la luz.

El gancho del que se valen las productoras antes mencionadas, y otras tantas más, está en presentar pequeños extractos del material pornográfico que ofertan a los usuarios sin un pago de por medio. Estos videos editados suelen durar muy pocos minutos y muestran una especie de sinopsis de la escena completa, poniendo el énfasis en cierto tipo de tomas que no hacen más que avivar el interés de los usuarios para que se decidan por consumir el contenido total de la escena y así no tener que esperar y depender de alguien más que pueda -o no- filtrarlo en sitios gratuitos en un periodo de tiempo indeterminado.

Para lograr acceder a todo el contenido que se oferta, las páginas ponen a la venta membresías que pueden pagarse de distintas maneras, y cuyos montos varían dependiendo del tiempo que el usuario quiera y pueda cubrir. Cuando se obtienen las membresías, aquellos que han pagado por ellas y así han adquirido el estatus de “miembros premium” -en este punto estaría presente “la economía de la carnada” (Lins Ribeiro, 2018, p.24)- tienen el acceso a los contenidos audiovisuales completos sin anuncios publicitarios e incluso cuentan con la opción de descargarlos directamente a sus dispositivos personales y disponer de ellos de formas diversas.

Destinar una determinada cantidad de recursos para alcanzar ciertos beneficios es una práctica común en las páginas de pornografía en línea, y siempre hay alguien dispuesto a hacerlo. A modo de ejemplo es viable retomar la descripción de los sitios de modelos de cámara web que realizamos en el apartado de industria cultural digital. Cuando los usuarios desean interactuar con las modelos, convencerlas de cumplir sus peticiones, platicar con ellas y en algunos casos hasta llevarlas a salas de “shows privados”, es necesario que cuenten con la cantidad suficiente de fichas o *tokens* para llevar a cabo todas o algunas de las acciones antes descritas.

Una forma adicional de recibir ganancias en internet se presenta cuando los productores de contenido *amateur* reciben un número considerable de visitas en sus clips, y el número de seguidores que tienen en sus respectivos canales empieza a aumentar (López, 2017). Luego de que esto sucede, o bien pueden obtener ingresos mediante la publicidad que inserten en sus videos, o simplemente pueden ponerles precio a éstos, tratar de venderlos y aspirar a recibir bonos otorgados por las páginas que alojan sus contenidos, como sucede en el caso de *PornHub*⁸⁴.

Por último, pero no menos importante, la difusión que hacen las productoras pornográficas de sus eventos en internet también es un recurso importante que hay que tener en consideración. Principalmente, la realización de las llamadas Expos - como la *Expo Sex & Entertainment*, y la Expo Sexo y Erotismo en México- y de convivencias con personalidades de la industria -actores y modelos, en su mayoría- implican un pago de por medio para poder ser parte de la audiencia que acude a estos eventos. Ser parte de esta audiencia permite a los asistentes adquirir productos oficiales, conocer, tener firmas y fotografías de sus actores favoritos e incluso oportunidades de participar en shows de sexo en vivo o castings para diversas compañías. De tal suerte que la organización y presentación de estos eventos también contribuye a la generación de ganancias para quienes forman parte de la industria pornográfica, que en ocasiones se alía con otros servicios provenientes de la industria del sexo para incrementar la oferta de productos y así captar el mayor número de clientes potenciales.

Como fue posible apreciar, la industria pornográfica percibe ganancias de formas diversas gracias a la distribución que se hace de sus múltiples manifestaciones en internet. Ya sea que el material sea producido por las mismas compañías productoras, por compañías publicitarias y hasta por los usuarios -que ahora pueden crear sus propios contenidos y aspirar a obtener recursos provenientes de las visualizaciones y la popularidad que reciban en las páginas que les permiten

⁸⁴ Guillén (2013) apunta que “la pornografía *amateur* surge del proceso de la expansión de la comercialización del sexo, y en él se conjuntan el empleo del sexo con fines comerciales, los avances tecnológicos y la participación de personas ‘comunes y corrientes’” (p.136).

publicarlos-, el negocio del porno en internet continúa vigente y sigue siendo atractivo para aquellos que sienten interés por explorarlo y explotarlo.

8.3 Disputas por la propiedad intelectual del porno en internet

Finalmente, es preciso señalar que, tal como lo destaca Guillén, “las cifras en el ámbito de la pornografía siempre son inexactas” (2013, p.155), en atención de lo cual es complicado calcular la cantidad exacta de dinero que genera esta industria, en parte por la información tan variada que circula en internet, y por la falta de trabajos rigurosos que estén especializados en el tema.

Por ejemplo, según un artículo publicado por la BBC titulado “¿Hasta qué punto la pornografía todavía domina el internet?” (2019), existen versiones que sugieren la presencia de un monopolio a cargo de la empresa que maneja a *PornHub* y otros sitios web de pornografía, llamada *Mindgeek*. Esta firma estaría poniendo en aprietos la continuidad de compañías productoras, actrices y actores profesionales, pues éstos estarían abaratando sus productos ante la oferta tan amplia y gratuita que ofrecen las famosas páginas *tube porn*, como *PornHub*, *Xnxx*, *XHamster* y *Xvideos*, por mencionar sólo algunas.

No obstante, hay que enfatizar que buena parte de los videos que presentan y comparten estas *tube porn* son considerados como “pirata”. Valiéndose de esta estrategia, estos sitios no estarían pagando los derechos de autor ni las autorizaciones correspondientes para distribuir el material -producido originalmente por compañías dedicadas a crearlo y comercializarlo- de forma legal, y la lucha para que este contenido cargado ilegalmente sea eliminado suele ser muy ardua y complicada (Harford, 2019).

Esta disputa que existe en cuanto a la distribución de contenidos pornográficos en línea, todavía nos da la oportunidad de encontrar a estas alturas otro punto de suma utilidad para una de nuestras propuestas iniciales. De acuerdo con la Secretaría de Cultura, una de las características de las industrias creativas digitales es “la

transformación de la noción de propiedad intelectual” (2018, p.8). Tal como lo pudimos observar en el ejemplo anterior, dentro de la industria del porno existen no sólo transformaciones, sino controversias sobre las autorizaciones y los derechos de autor necesarios para distribuir “legalmente” los productos pornográficos que se desean ofertar. A pesar de este requerimiento, los sitios catalogados como *tube porn* continúan generando cuantiosas ganancias gracias a las visualizaciones de los contenidos que presentan en sus páginas, y que suelen ser cargados de forma ilegal o sin entablar las negociaciones pertinentes con los creadores originales de ese contenido.

De esta forma, sitios como *PornHub* seguirán obteniendo ganancias provenientes del tráfico que atraen sus contenidos gratuitos, de la publicidad que aparece en sus páginas, de sus alianzas con otros sitios y de la venta de membresías. Sin embargo, para que este modelo siga funcionando, los algoritmos⁸⁵ empleados por *Mindgeek* son fundamentales, pues mantienen a los usuarios frente a las pantallas gracias a la constante oferta y sugerencia de contenidos “casi personalizados” que ponen a su disposición (Harford, 2019).

Hasta este punto, la dupla tecnología-pornografía sigue siendo sumamente redituable en el amplio universo del capitalismo electrónico-informático. Aunque existe la probabilidad de que los actores que están detrás de este negocio puedan experimentar algunos cambios, no hay duda alguna de que la proliferación de una gran multiplicidad de manifestaciones pornográficas sigue llamando la atención de un número creciente de usuarios que navegan en el ciberespacio, quienes de formas distintas los consumen y ocasionalmente hasta los crean, contribuyendo así a la generación de nuevos materiales y de ingresos que benefician a las empresas envueltas en esta industria cultural digital de la pornografía.

Luego de haber hecho un repaso sobre algunos de los elementos fundamentales que componen a las industrias culturales digitales y por supuesto a la pornografía, surgen muchas vetas hacia donde podemos seguir explorando. En tanto tal, nos

⁸⁵ Un algoritmo puede definirse como “una serie de pasos que se dan para resolver un problema particular o alcanzar un resultado definido” (Diakopoulos, 2014, p.400 en Lins Ribeiro, 2018, p.26).

gustaría apuntar que algunos de los temas pendientes que serán explorados y tratados con mayor detenimiento en el transcurso de esta investigación serán aquellos correspondientes al género, al performance y al cuerpo, elementos vitales para la comprensión del fenómeno pornográfico y por ende, de los sitios de modelos de cámara web. Si bien estas cuestiones han salido a relucir en partes específicas de esta primera entrega, merecen una atención analítica especial que aporte más detalles desde la perspectiva antropológica. En consecuencia, enfatizamos que este proyecto sigue en curso y que dirigiremos este estudio hacia las vetas antes señaladas.

Bibliografía

Aguilar, Nicolás Juan. (2017). "Ciberactivismo y olas de agitación comunicativa. Consideraciones etnográficas", en *Íconos, revista de ciencias sociales*, 21 (59).

Aguinaga Aillón, Diego Javier. (2010). *Pornografía en internet: visualidad y representación corporal*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

Agustín, Laura Ma. (2000). “Trabajar en la industria del sexo”, en *The Naked Anthropologist*, (Disponible en línea).

Altman, Dennis. (2001). *Global Sex*. University of Chicago Press.

Amiguet, Teresa. (2013). “El erotismo inteligente de Playboy conquista EEUU”, en *Vanguardia*. España: Vanguardia.com

Arcand, B. (1993). *El jaguar y el oso hormiguero. Antropología de la pornografía*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Ardevol, E.; Nuñez, F. y Vayreda, A. (2004). *La actuación de la identidad online: Estrategias de representación y simulación en el ciberespacio*, Gircom (Grup Interdisciplinari de Recerca en Comunitats Virtuals) Bilbao: Universitat Oberta de Catalunya IN-3.

Ballester, L. Orte, C. y Pozo, R. (2019). “Nueva pornografía y cambios en las relaciones interpersonales de adolescentes y jóvenes”, en *Vulnerabilidad y Resistencia: Experiencias investigadoras en comercio sexual y prostitución*. Edicions de la Universitat de les Illes Balears.

_____.(2015). “La pornografía en internet y la ritualización de las relaciones sexuales”, en *Aportaciones a la investigación sobre mujeres y género: V Congreso Universitario Internacional Investigación y Género*. Sevilla, 3 y 4 de julio de 2014.

Benjamin, Walter. [1935]. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Editorial Itaca.

Bermúdez, Pino y Gallegos, Alfonso. (2011). “Las teorías de la interacción social en los estudios sociológicos”, en *Contribuciones a las ciencias sociales*.

Bijker, W. E., T. P. Hughes y T. J. Pinch (eds.) (1987). "The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other" en Thomas, Hernán y Buch, Alfonso. (2008). *Actos, actores y artefactos. Sociología de la tecnología*. Universidad Nacional de Quilmes. Buenos Aires: Bernal.

Boellstorff, Tom. (2008). *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. EU: Princeton University Press.

Boellstorff, Tom, Nardi, Bonnie, Pearce, Celia, and Taylor, T. L. (2012), *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*. EU: Princeton University Press.

Camacho, Ana. (2016). "Me pagan por amarme a mí misma: Entrevista íntima con una webcam girl mexicana", en *Revista VICE*. Disponible en https://www.vice.com/es_mx/article/dpb4qk/me-pagan-por-amarme-a-mi-misma-entrevista-intima-con-una-webcam-girl-mexicana.

Chávez Conejo, Guillermo. (2019). "¿Qué es un sitio web?", recuperado de <https://mx.godaddy.com/blog/que-es-un-sitio-web/>

Cole, Samantha. (2018). "Esta app permite poner la cara de quien tú quieras en videos porno", en *Revista VICE*. Enero de 2018.

Díaz Cruz, Rodrigo. (2006). "La huella del cuerpo. Tecnociencia, máquinas y el cuerpo fragmentado", en *Tópicos del Seminario*, no. 16. Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Díaz Cruz, Rodrigo y Roque de Castro, Rodrigo. (2014). "Reflexiones sobre la construcción del ecosistema doméstico de la tecnología Modalidades de apropiación de las TIC desde la desigualdad", en *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, no. 34 UAM.

D'Orlando, F. (2011). "The demand of pornography", en *Journal of Happiness Studies*.

El Universal. (2016). "¿Qué es la pornovenganza?". Septiembre 2016.

Escribano, Mario. (2019). "Si Internet está lleno de porno gratis, ¿quién paga para ver sexo online?" en *eldiario.es*, recuperado de https://www.eldiario.es/tecnologia/Internet-lleno-gratis-servicios-premium_0_926008040.html

Espacio Fundación Telefónica Madrid. (2020). "Las industrias culturales en el ecosistema digital", en *Foro Cultural Digital*, España (Disponible en YouTube).

Espino, Germán. (2019). *El nuevo sistema de medios en el México del siglo. XXI*. México: Editorial Fontamara.

Federici, Silvia. [1975] (2013). "¿Por qué la sexualidad es un trabajo?", en *Revolución en punto cero. Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas*. Madrid: Traficante de sueños.

Fernández-Paniagua, Ana. (2019). "Qué es la publicidad display y ejemplos que te ayudan a entenderla", recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/publicidad-display-seo-sem/>

Fúquene, Julio. (2016). *Modelo webcam ¿prostituta virtual?* Disponible en: <https://www.juliofuquene.com/single-post/2016/08/08/Modelo-webcam-%C2%BFprostituta-virtual>

_____. (2016). *¿Qué es una modelo webcam y que es lo que hace?* Disponible en: <https://www.juliofuquene.com/single-post/2016/09/26/%C2%BFQU%C3%89-ES-UNA-MODELO-WEBCAM-Y-QUE-ES-LO-QUE-HACE>.

García Canclini, Néstor. (1999). "El consumo cultural: una propuesta teórica", en Sunkel, Guillermo (coord.) *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá.

_____. (2002). "Las industrias Culturales y el Desarrollo de los países americanos", en *Revista Interamericana de Bibliografía*, (Disponible en línea).

_____. (2012). “De la cultura postindustrial a las estrategias de los jóvenes”, en García Canclini, Néstor; Cruces, Francisco y Urteaga, Maritza. *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. México: Ariel.

Geli, Carles. (2018). “Ahora uno se explota a sí mismo y cree que está realizándose. Byung-Chul Han”, en *El País*, (Disponible en línea).

González Caldito, Juan Carlos. (2015). “Cadenas, poder y pornografía”, en *MITO Revista Cultural*.

Guillén, Héctor. (2013). “Desnudando al porno. Controversias en torno a la comercialización del sexo a través del proceso de producción de pornografía *amateur*. la Editorial Matlarock en México”, tesis doctoral en Ciencias Antropológicas, México: UAM Iztapalapa.

_____. (2017). “Performance e incertidumbre: la pornografía *amateur* en México”, México: Universidad Autónoma del Estado de Morelos.

Harford, Tom. (2019). “¿Hasta qué punto la pornografía todavía domina internet?”, en *BBC News*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48537314>

Hernández Moreno, Jazmín. (2015). “La modernidad líquida”, en *Política y Cultura*, no. 45 UAM Xochimilco.

Hurtado, Saa Teodora. (2018). “La producción social del mercado del sexo y de la ocupación de trabajadoras sexuales en España”, en *Revista colombiana de antropología*, vol. 54, no.2.

INFOBAE. (2019). Qué buscaron los mexicanos en el sitio de pornografía más grande del mundo durante 2019. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/mexico/2019/12/13/que-buscaron-los-mexicanos-en-el-sitio-de-pornografia-mas-importante-del-mundo-durante-2019/>

Katz, Raúl. (2015). *El ecosistema y la economía digital en América Latina*, CEPAL, CAF, Fundación Telefónica.

Kendrick, Walter. (1996). *The Secret Museum: Pornography in Modern Culture*, University of California Press.

Kor, A., Zilcha-Mano, S., Fogel, Y. A., Mikulincer, M., Reid, R. C., & Potenza, M. N. (2014). "Psychometric development of the Problematic Pornography Use Scale", en *Addictive behaviors*, vol. 39. no. 5.

Lamas, Marta. (2016). "Género", en Fernando Castañeda, Laura Baca Olamendi y Alma Imelda Iglesias (coords.) *Léxico de la vida social*. México: UNAM.

_____. (2017). "Identidad, psiquismo y cultura", *Cuadernos de la Coordinación de Humanidades de la UNAM*. México: UNAM.

_____. (2017). *El fulgor de la noche. El comercio sexual en las calles de la Ciudad de México*. México: Océano.

Lemus Rivero, Luis Mario. (2020). "¿Qué es y cuál es la importancia de la Ley Olimpia?", recuperado de forojuridico.mx

López, Alejandro. (2017). "¿Cómo funciona la industria porno en internet?" en *Cultura Colectiva*, recuperado de <https://culturacolectiva.com/tecnologia/como-funciona-la-industria-porno-en-internet>

Maciá, Fernando. (2019). "Click-through rate (CTR)", recuperado de <https://www.humanlevel.com/diccionario-marketing-online/click-through-rate-ctr>.

Martínez Hernández, Luis Manuel. Cenceñas Torrero, Paula Elvira y Ontiveros Hernández, Verónica (coordinadores). (2014). *Virtualidad, ciberespacio y comunidades virtuales*. Red Durango de Investigadores Educativos A.C.

Mitra, Rajarshi. (2019). "What is Web 3.0? The Evolution of the Internet", recuperado de blockgeeks.com/guides/web-3-0/.

Morcillo, Santiago y Justo von Lurzer, Carolina. (2012). "Mujeres públicas y sexo clandestino. Ambigüedades en la normativa legal sobre prostitución en Argentina",

en Jones, Daniel; Figari, Carlos y Barrón López, Sara (comps). *La producción de la sexualidad. Políticas y regulaciones sexuales en Argentina*. Paidós.

Morley, David. (2008). *Medios, modernidad y tecnología: la geografía de lo nuevo*. Gedisa.

My Free Cams wiki. Disponible en línea. wiki.myfreecams.com

Neely, Sarah. (2010). "Virtually commercial sex", in *Everyday Pornography*. New York: Routledge.

Owens, E. W., Behun, R. J., Manning, J. C. & Reid, R. C. (2012). "The impact of Internet pornography on adolescents: A review of the research". *Sexual Addiction & Compulsivity*.

Parrondo, Néstor. (2019). "Quiénes son los brokers de datos y por qué para Tim Cook son los mayores enemigos de la privacidad". en *Revista GQ*, recuperado de <https://www.revistagq.com/noticias/tecnologia/articulos/tim-cook-privacidad-brokers-de-datos/32745>

Pearce, C. (2009). *Communities of Play: Emergent Cultures in Multiplayer Games and Virtual Worlds*. MIT Press.

Peña Sánchez, Edith Yesenia. (2012). "La pornografía y la globalización del sexo", en *El Cotidiano*, núm. 174, julio-agosto.

Peter, J. & Valkenburg, P. M. (2016). "Adolescents and pornography: A review of 20 years of research", in *The Journal of Sex Research*

Phillips, Christian. (2015). "Self-Pornographic Representations with Grindr", in *Journal of Visual Media Anthropology*. vol. 1 no. 1. Berlin: Research Area Visual and Media Anthropology Freie Universität Berlin.

Pyne, Saikat. (2019). "This is how porn sites make money", recuperado de <https://www.businessinsider.in/This-is-how-porn-sitesmake-money/articleshow/48385361.cms>

Ribeiro, Gustavo Lins. (2002). "El espacio público-virtual", *Série Antropología*, Departamento de Antropologia Instituto de Ciências Sociais Universidade de Brasília.

_____ (2018). "El precio de la palabra. La hegemonía del capitalismo electrónico-informático y el googleismo", en *Desacatos Revista de Ciencias Sociales*, no. 56.

Rose, David Edward. (2012). "The Definition of Pornography and Avoiding Normative Silliness: A Commentary Adjunct to Rea's Definition", in *Philosophy Study*, vol. 2, no. 8. Newcastle University.

Saavedra, Mario. (2017). "Así ha precarizado Pornhub (MindGeek) la industria del porno", recuperado de http://www.teinteresa.es/Economikon/MindGeek_Pornhub-precarizacion_del_porno_0_1798020448.html

Salcedo Fernández, Adelaida. (1986). "El sexo como mercancía", en *Revista Chichamaya*, no.3. Universidad del Atlántico.

Santos, María Josefa. (1994). "Un análisis social de la innovación tecnológica: conflicto y significados en una empresa innovadora". en *Estudios Sociológicos*, vol. 12 no. 35. El Colegio de México.

Secretaría de Cultura. (2018). *Mapa de ruta de industrias creativas digitales*, (Primera edición).

Torres Ruíz, Miguel Ángel. (2002). "Sexo inorgánico en el ciberespacio: relaciones entre ciencia y pornografía", en *Desacatos. Revista de Ciencias Sociales*, núm. 9.

Tudela, Antonio. (2012). "Heteronormatividad y cuerpo sexuado: los placeres de la familia", en *Revista digital de Filosofía*, vol. 7, núm. 7. Argentina: Resistencia, Chaco.

UNESCO. (2009). "Políticas para la creatividad", en *Expresiones culturales*. unesco.org

Urteaga, Maritza. (2012). "De jóvenes contemporáneos: Trendys, emprendedores y empresarios culturales", en García Canclini, Néstor; Cruces, Francisco y Urteaga, Maritza. *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. México: Ariel.

Vite Pérez, Miguel Ángel (2002). "Flexibilidad y regulación laboral: una reflexión sociológica", en *Comercio exterior*, vol. 52 no. 4.

Weitzer, Ronald. (2009). "Sociology of sex work", en *Annual Review of Sociology*.

_____. (2010). "Sex Work: Paradigms and Policies", in *Sex for Sale: Prostitution, Pornography, and The Sex Industry*, Sociology of Sex Work.

_____. (2017). "Resistance to Sex Work Stigma", en *SEXUALITIES*

What Is Traffic Brokering and How to Become a Traffic Broker. (2014). Recuperado de <https://jarjoui.wordpress.com/2014/06/08/what-is-traffic-brokering-and-how-to-become-a-traffic-broker/>

Winner, Langdon. (2004) "Internet y los sueños de una renovación democrática", en *Nómadas*, no. 21. Universidad Central de Colombia.

Yacuzzi Polisena, Viviana. (2016). "Interacción: noción que impacta en antropología y actualiza el concepto de hombre", recuperado de rinabrundu.com

Yehya, Naief. (1996). "Pornografía y obscenidad. La crítica de la cultura desde sus márgenes", en *Revista de la Universidad de México*. Junio de 1996.

_____. (2001). "De la sociedad victoriana a la era de la hiperinformación", en *Nexos*. 1 de agosto de 2001.

Páginas Web Consultadas

-My Free Cams.com

<https://www.myfreecams.com/#Homepage>

-Sexmex.com

https://sexmex.xxx/tour/?nats=Ni4yNC4xLjEuMC4wLjAuMC4w&lang=0&country_code=&click=enterbutton

-XNXX.COM

<https://www.xnxx.com/>

-XVIDEOS.COM

<https://www.xvideos.com/>



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

ACTA DE EXAMEN DE GRADO

No. 00186

Matrícula: 218380028

LA INDUSTRIA CULTURAL
PORNOGRÁFICA DIGITAL: LAS
MODELOS DE CÁMARA WEB DEL
SITIO MY FREE CAMS.COM

Con base en la Legislación de la Universidad Autónoma Metropolitana, en la Ciudad de México se presentaron a las 10:00 horas del día 28 del mes de octubre del año 2020 POR VÍA REMOTA ELECTRÓNICA, los suscritos miembros del jurado designado por la Comisión del Posgrado:

DR. RODRIGO DIAZ CRUZ
DR. HECTOR DANIEL GUILLEN RAUDA
DRA. ANNE WARREN JOHNSON



RODRIGO ALPIZAR JIMENEZ
ALUMNO

Bajo la Presidencia del primero y con carácter de Secretaria la última, se reunieron para proceder al Examen de Grado cuya denominación aparece al margen, para la obtención del grado de:

MAESTRO EN CIENCIAS ANTROPOLOGICAS

DE: RODRIGO ALPIZAR JIMENEZ

y de acuerdo con el artículo 78 fracción III del Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado resolvieron:

APROBAR

REVISÓ

MTRA. ROSALIA SERRANO DE LA PAZ
DIRECTORA DE SISTEMAS ESCOLARES

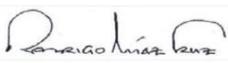
Acto continuo, el presidente del jurado comunicó al interesado el resultado de la evaluación y, en caso aprobatorio, le fue tomada la protesta.

DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE CSH



DR. JUAN MANUEL HERRERA CABALLERO

PRESIDENTE



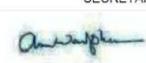
DR. RODRIGO DIAZ CRUZ

VOCAL



DR. HECTOR DANIEL GUILLEN RAUDA

SECRETARIA



DRA. ANNE WARREN JOHNSON