

# La pornografía en su tránsito hacia el advenimiento digital

---

Rodrigo Alpízar Jiménez/Adriana Robledo Sánchez  
Universidad Autónoma Metropolitana/  
Universidad Autónoma de Querétaro

## Resumen

Luego de una serie de procesos de cambios y adaptaciones tecnológicas, la pornografía ha transitado con éxito hacia el entorno digital para reafirmarse como un producto cultural y comercial de masas. El internet y la masificación del uso de teléfonos y dispositivos inteligentes han contribuido significativamente en el aumento de la disponibilidad de servicios y contenidos sexuales alojados en una gran variedad de sitios web, los cuales son consultados segundo a segundo por usuarios de distintas partes del mundo. De igual forma, las relaciones sociales, las transacciones económicas y la búsqueda del placer sexual son elementos que resultan atractivos para un número creciente de personas, quienes, de formas diversas, acceden, consumen, comparten, almacenan e, incluso, crean nuevos contenidos que benefician directa o indirectamente a la industria pornográfica en internet. Así pues, el constante desarrollo tecnológico ha contribuido a la expansión de la pornografía en la actualidad.

Palabras clave: pornografía, internet, tecnologías de la información y la comunicación.

## Abstract

After a series of processes of changes and technological adaptations, pornography has successfully transitioned to the digital environment to reaffirm itself as a mass cultural and commercial product. The internet and widespread use of smartphones and smart devices have contributed significantly to an increase in the sexual content and services availability hosted by a wide variety of websites visited second by second by users from different parts of the world. In the same way, social relationships, economic transactions and the search for sexual pleasure are elements that are attractive to a growing number of people, who, in various ways, access, consume, share, store and even create new content that, directly or indirectly, benefits the internet pornographic industry.

Therefore, constant technological developments have contributed to the expansion of pornography today.

Keywords: pornography, internet, information and communication technologies.

## Introducción

Esta propuesta escrita surge de la revisión y el análisis de literatura especializada para la construcción de la tesis de Maestría “La industria cultural pornográfica digital: los modelos de cámara web del sitio My Free Cams.com” (Alpízar, 2020). El principal objetivo de este artículo es ofrecer al lector un recorrido que le permita comprender el desarrollo y la diversificación que ha experimentado la pornografía, desde sus primeras representaciones impresas hasta la llegada del internet, caracterizándose, en este trayecto, por la incorporación y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación para su producción, distribución y consumo. Por esta razón, el alcance de esta argumentación es de tipo descriptivo, es decir, su intención es exponer “propiedades [y] características del fenómeno” (Hernández Sampieri *et al.*, 2014: 92) antes mencionado.

La metodología utilizada para la elaboración de esta propuesta partió de la recolección y revisión de diversos documentos (artículos académicos, de divulgación científica y periodísticos), de la recopilación de datos a través de la observación participante en el sitio *My Free Cams.com*, complementada por algunas aportaciones realizadas por académicos que, desde su experiencia, intentan reformular la manera en la que se suele concebir a la industria pornográfica.

## Apuntes sobre la pornografía

Antes de trazar la ruta de innovaciones tecnológicas que ha recorrido la pornografía, es fundamental, primero, describir algunas cuestiones en torno a este fenómeno. En marcha hacia el propósito que persigue esta exposición, proponemos entender la pornografía<sup>1</sup> como un producto cultural de masas ubicado en un contexto histórico, geográfico, cultural y socialmente definido, y que está centrado, esencialmente,<sup>2</sup> en la estimulación sexual de los consumidores

<sup>1</sup> 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 de la pornografía, casi de forma historiográfica. Algunos de estos intelectuales fueron retomados para la construcción del presente artículo, tal como se aprecia en la bibliografía del texto.

<sup>2</sup> 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 permitiría alcanzar ingresos rentables. Es decir, la estimulación sexual de los consumidores, “más que un fin, sería un medio para obtener ganancias económicas” (Aguinaga, 2010: 71).

a través de sus distintas expresiones gráficas y audiovisuales, en las cuales, la representación de los cuerpos desempeña un papel protagónico, pero que no se limita sólo a eso, dado que la diversidad de manifestaciones pornográficas —legales e ilegales— que están disponibles en internet, pueden convertirse en un factor que influya en el proceso de definición de identidades sexuales, que intervenga en *el surgimiento y la construcción de nuevas relaciones sociales, caracterizadas, especialmente, por la interacción y la colaboración*, que no serían posibles sin la aparición, el desarrollo y la incorporación de las nuevas tecnologías de la información para su producción, circulación y consumo (Peña, 2012; Rose, 2012; Guillén, 2013).

Para Bernard Arcand, "la pornografía es la relación entre su contenido y el contexto en el que se desarrolla" (Arcand, 1993: 30), afirmación que nos ayuda a comprender su dimensión social, "constituida por la cultura, prescripciones sociales y tradiciones" (Lamas, 2017a: 8). Concebida como un producto cultural, la pornografía "genera formas de percepción y es parte de un proceso de construcción de significados" (Guillén, 2013: 8) respecto del contenido que sus diversas manifestaciones comunican. Este material comunicativo es fundamental e indispensable, y se percibe como cultural, toda vez que requiere de una comunidad de conocedores que identifiquen al objeto como algo determinado —pornografía, en este caso—, que no sería si esa comunidad no existiera (Rose, 2012), de modo que se alcanzan distintas convenciones culturales acerca de su presencia y circulación en la sociedad.

De acuerdo con Christian 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: 68). En este sentido, la pornografía *moldea, modela y modifica* conductas y percepciones que los individuos tienen hacia ella y hacia cuestiones relacionadas con su propia sexualidad, gracias a la interpretación y apropiación de los contenidos pornográficos que consumen y visualizan. Al respecto, Agger (2012) propone el concepto de "prisma pornográfico" (en Phillips, 2015: 67), que alude a la forma en la que los sujetos observan y construyen parte de su sexualidad a causa de la pornografía, reproduciendo, tanto en sus autorrepresentaciones como en sus propias relaciones sexuales (Agger, 2012), ciertos discursos o imágenes provenientes de las escenas pornográficas sumamente estereotipadas (Guillén, 2013; Ballester *et al.*, 2019). La propuesta del prisma nos dejaría ver, en un análisis destinado a esa tarea, 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, así como la actitud que hombres y mujeres deben mostrar en el acto, las diferentes posiciones que se pueden experimentar, los tipos de cuerpos más deseados y 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 las ideas que se marcan sobre la mujer y su cuerpo en el porno. Según Gail Dines:

[...] la pornografía se ha infiltrado en nuestra cultura y en nuestra conciencia colectiva [por los desarrollos tecnológicos que le han permitido un largo alcance mediante 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 (Dines, 2010, en Phillips, 2015: 66).

La construcción de significados en torno a la pornografía ha estado, y suele estar encaminada, hacia una conceptualización negativa de ésta, a veces, “con el único fin de desacreditarla” (Guillén, 2013: 61), teniendo en cuenta que buena parte de los discursos se han enfocado, exclusivamente, en replicar las repercusiones e impactos diversos —usualmente negativos, relacionados con cambios en la salud, en la conducta, el autoestima y en una creciente propensión a la violencia, entre otros—, que la exposición a este fenómeno genera en varios grupos sociales, especialmente en hombres jóvenes que acceden a sus contenidos en internet.<sup>3</sup>

La concepción negativa de la pornografía, impregnada de estereotipos y juicios morales que la condenan constantemente (Phillips, 2015), contribuye “a no reconocerle su carácter de industria cultural” (Guillén, 2013: 8), pues, a lo largo de su historia —aproximadamente a partir del siglo XIX (Arcand, 1993; Kendrick, 1996; Torres, 2002; Peña, 2012; Guillén, 2013; Phillips, 2015)— ha sido objeto de prohibición, censura o regulación en las sociedades occidentales. Pese a 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.

## 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, en GUILLÉN, 2013: 89

El epígrafe del presente apartado nos ofrece una lectura en dos vías. Por un lado, encontramos significados inscritos en las motivaciones de consumo y en la forma de apropiarse de los bienes consumidos por parte de un indivi-

<sup>3</sup> Al respecto, véase E.W. Owens, R.J. Behun, J.C. Manning y R.C. Reid (2012), así como, J. Peter y P.M. Valkenburg (2016).

duo o un conjunto de individuos.<sup>4</sup> Así, todo consumidor “contribuye a la construcción de un universo inteligible con los bienes que elige, adquiere y utiliza” (García, 1999: 40). Por otro lado, existe una construcción de sentido de quienes rodean a los sujetos que consumen y para quienes, el hecho de que algún individuo adquiera o se decante por determinado tipo de bienes, genera significados diversos. Christian Phillips observa que:

[...] 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 social. Además, estos significados se manejan y modifican mediante un proceso interpretativo utilizado por la persona al tratar con las cosas que encuentra (Phillips, 2015: 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 pornografía y hacia las personas que sienten afinidad por consumir productos derivados de ella. Acorde con García Canclini, “el consumo constituye un sistema de significados, tanto para los incluidos como para aquellos que están excluidos” (García, 1999: 38). Cabe destacar que, para efectos de nuestro análisis, consumir no se reduce únicamente a observar la cantidad de personas que asignan cierta cantidad de recursos a la obtención de un bien o servicio, y las repercusiones comerciales que esto trae consigo. El consumo “se nos presenta como un escenario de reproducción social, de competencia, de integración, diferenciación y de comunicación entre los distintos grupos que conforman a la sociedad, y es que consumir es intercambiar significados, apropiarse de ellos y reelaborarlos” (García, 2012: 8).

Entender el consumo de esta forma nos sitúa frente a esa dimensión simbólica inscrita en las motivaciones de aquellos individuos que destinan parte de su tiempo y su dinero para la adquisición de ciertos bienes derivados de la pornografía, con la finalidad de satisfacer determinados deseos o necesidades, así como al uso y valor que les asignan. Estas ideas cobran sentido al momento de observar las relaciones de comunicación, integración, colaboración y diferenciación que surgen entre las personas que componen las distintas audiencias consumidoras de productos pornográficos en espacios virtuales, audiencias que, desde nuestra perspectiva, configuran múltiples “comunidades de interés” (Winner, 2004: 62-63), tal como veremos más adelante con la especialización y los tipos de pornografía disponibles en la actualidad.

<sup>4</sup> 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, 1999: 33).

En este escenario de reproducción social en el que circula un sinnúmero de productos pornográficos de forma desigual —pues mientras existen individuos que acceden a productos “exclusivos” que requieren 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, 2017b: 8-9), y pueden contribuir en la reproducción y el refuerzo de estereotipos de género, los cuales están muy presentes y en ocasiones son atribuibles a la pornografía por los mensajes diseminados a través de sus distintas manifestaciones, como a la interpretación que se hace de ellos.

Hasta este punto, proponemos que la industria pornográfica es creadora y transmisora de significados. No sólo genera percepciones; además, *moldea, modela y modifica* ideas y conductas en torno a la sexualidad y estereotipos sexuales, entre los que podríamos destacar, de forma preliminar, cánones de belleza, actitud, potencia, satisfacción y disponibilidad sexual, que suelen recaer en las mujeres más que en los hombres, en vista de las representaciones y prácticas móviles de los usos del cuerpo que están vinculadas a las nuevas tecnologías (Guillén, 2013; Díaz, comunicación personal, 2020).

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, 2012: 55), transmitiendo contenidos “que influyen en los deseos eróticos y en las experiencias sexuales” (Philips, 2015: 77), los cuales dan lugar a una especie de ensueño pornográfico.<sup>5</sup>

Walter Kendrick, a través de la siguiente cita, abre la puerta para continuar con 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 debates continúan empleando los mismos términos de siempre (Kendrick, 1996: 338).

## La pornografía: un producto cultural masivo

La pornografía ha sufrido modificaciones en su concepción, producción, distribución y consumo, debido al constante desarrollo tecnológico del que se ha

<sup>5</sup> La difusión, expresión y representación de deseos y fantasías sexuales forman 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.

sabido acompañar desde hace algunas décadas. Los antecedentes para comprender a la pornografía como un producto comercial moderno nos remontan, según apunta Guillén (2013), 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" (Guillén, 2013: 16).

La imprenta fue un instrumento clave para que el alcance de las primeras publicaciones pornográficas despegara, aumentando su disponibilidad. Asimismo, las continuas innovaciones tecnológicas han abonado en la concepción de la pornografía como un producto comercial de masas, siendo esa plataforma la que le permitiría dar el salto, de una representación meramente textual, hacia una representación que prioriza el registro y la reproducción de la imagen (Guillén, 2013).

Fue entre mediados y finales del siglo XIX cuando la popularidad de la pornografía aumentó exponencialmente y se convirtió en un producto "realmente accesible a todos los públicos" (Arcand, 1993: 152), a causa de la incorporación y utilización 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, 2012: 48).

Hay que destacar, a su vez, que la invención del cine contribuyó, en gran medida, a incrementar la producción pornográfica, sentando las bases del contenido para adultos que ahora estaba siendo registrado en filmes y que, al ser exhibido en salas, desplazaba a la pornografía de un ámbito público a uno más privado (Guillén, 2013). Bernard 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" (Arcand, 1993: 151), de modo que el cine, y los primeros filmes pornográficos,<sup>6</sup> serían el antecedente de los formatos en videocasetes que décadas más tarde permitirían una mayor comercialización y un consumo todavía más masivo y mucho más privado de los diversos materiales pornográficos.

Arcand (1993) y González Caldito (2015) coinciden, de alguna manera, en que la pornografía moderna tuvo su apogeo en las décadas de los años sesenta y setenta del siglo XX, particularmente con la llegada al mercado de un

<sup>6</sup> El portal de cine IMBD.com reporta que el cortometraje francés *Le Coucher de la Mariée*, filmado en 1896 y estrenado en 1903, es considerado como uno de los primeros metrajés pornográficos de la historia.

concepto que resultaba innovador para la época y que, a la larga, jugaría un rol definitorio para que “las sociedades occidentales empezaran a acostumbrarse a la producción pornográfica” (González, 2015: 1): la distribución y el consumo masivo de la revista *Playboy*. Creada por Hugh Hefner en 1953 con el nombre de *Stag Party* (Arcand, 1993), presentó en la portada de su primera edición a Marilyn Monroe, publicación que anunció la llegada de un gran imperio comercial que sigue presente en el mercado, pero que ha diversificado algunos de sus contenidos, junto con sus técnicas de producción y distribución, para mantenerse vigente. La popularidad que adquirió la revista —cuyo contenido muestra fotografías de mujeres “famosas” desnudas y de modelos llamadas *playmates*—, aunada a la relevancia de los movimientos que impulsaron la revolución sexual en los sesenta en Estados Unidos —la cual permitió una mayor apertura a temas concernientes a la sexualidad—, y la comercialización de materiales pornográficos que ya eran distribuidos en cintas VHS a finales de los setenta, catapultarían a la pornografía “hacia lo que podría considerarse como un bien económico de producción y venta en masa en el siglo xx” (González, 2015: 1).

Y es que los esfuerzos llevados a cabo para que la pornografía abarque públicos cada vez más amplios y diversos, están estrechamente ligados a la incorporación de medios tecnológicos, indispensables para su proliferación. 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: 3).

Es necesario señalar la trascendencia de la difusión masiva de los productos pornográficos, los cuales, invariablemente, nos hace relacionarlos con las industrias culturales. La reproducibilidad en masa de las obras (Benjamin, 2003 [1935]), el proceso de masificación, y la democratización de la cultura, son algunas de las características esenciales que definieron inicialmente a este tipo de industrias.<sup>7</sup> 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 en la instauración de una sociedad de masas, que nace de la mano de los nuevos recursos de la comunicación y de las nuevas técnicas y tecnologías —imprensa, fotografía, video—utilizadas para difundir mensajes a mayor escala. En este sentido, la pornografía es percibida como un producto comercial desde que sus materiales se industrializaron, permitiendo que los sectores considerados no burgueses se incorporaran a su consumo gracias a la disponibilidad de

<sup>7</sup> 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 baja cultura.



sus productos, que en la actualidad circulan, se difunden y se ofertan de forma masiva a través de internet (Nivón, comunicación personal, 2014).

## Hiperespecialización y tipos de pornografía

Los avances tecnológicos que propiciaron la masificación de los productos pornográficos han favorecido, también, el aprovechamiento del contexto social —caracterizado por la conectividad digital y un intenso [híper] consumismo (Hernández Moreno, 2016)— por parte del individuo, que actualmente percibe y transforma el universo privado en el que se sitúa en algo más seguro (Díaz y Roque de Castro, 2014) y “más espectacular que lo que la escena pública” (Arcand, 1993: 172) le puede ofrecer. Esto, en parte, por el sinfín de posibilidades de trabajo, ocio y entretenimiento que el internet y las redes sociales proveen. La misma diversidad de contenidos disponibles en la web invita a que los usuarios, inmersos en esta sociedad [híper] consumista (Hernández Moreno, 2016), sientan la necesidad de “alcanzar sus objetivos cada vez más rápido” (Arcand, 1993: 180-181), por lo que buscan obtener determinadas cosas “sin la exigencia de un gran esfuerzo de por medio” (Arcand, 1993: 164-165). Esta satisfacción de 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 a la pornografía, ya que la tecnología permite que los usuarios accedan a un profusión de materiales pornográficos —previamente organizados y clasificados dependiendo de sus contenidos— con sólo presionar unas cuantas teclas en sus dispositivos tecnológicos, propiciando un proceso de consumo que es cada vez más veloz.

Así, nos encontramos frente a una “hiperespecialización” (Arcand, 1993: 173) de la oferta pornográfica, que permite a los usuarios ser más precisos no sólo en sus búsquedas, sino en sus elecciones de consumo. A propósito de esta hiperespecialización, la extensa gama de productos pornográficos disponibles en internet incentiva la creación de “comunidades de interés” (Winner, 2004: 62-63), las cuales se integran y configuran de acuerdo con los gustos en común compartidos por sus miembros. Ante este panorama, Peña Sánchez recomienda que la pornografía se clasifique en tres 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.

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; y por preferencias sexuales y otras expresiones de la conducta sexual, amateur, profesional, tipo de acto sexual, comics, alternativo, extremo o ultra hardcore, entre otros) (Peña, 2012: 48-49).

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, en lo que toca a la inmediatez y a la búsqueda de lo que es “realmente útil” (Arcand, 1993: 174), cualquier usuario que decide visualizar un video porno específico en línea cuenta con las herramientas tecnológicas suficientes para no tener que ver la escena completa y dirigirse rápidamente a la(s) parte(s) del clip que considere como más atractiva(s) o excitante(s), además de contar con la opción de repetir la escena e incluso descargarla o capturarla, lo que sugiere que, en este contexto, la “seducción lenta” (Arcand, 1993: 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: 53, en Arcand, 1993: 181).

## Pornografía convencional y pornografía en internet

Con los antecedentes descritos, nos disponemos a exponer, ahora, algunas características del desarrollo de la pornografía en internet.

A mediados de la década de los noventa se alcanzó un mayor acceso a internet por individuos no especializados en su manejo y utilización, proceso 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. Un ejemplo que nos permite conocer cómo la representación impresa de la pornografía se empezaba a instalar en este nuevo espacio digital —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 *relaciones de comunicación, integración y colaboración* entre usuarios de la red que compartían materiales pornográficos usando esta nueva herramienta. Particularmente, las imágenes contenidas en revistas “para adultos” —*Playboy*, por ejemplo— que determinados usuarios adquirían 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 gratuita.<sup>8</sup> Dicho ejercicio de colaboración no impedía la existencia de 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 Gail Dines (2010, en Phillips, 2015) y Lluís Ballester *et al.* (2019) remarcan la necesidad de hacer una distinción clara entre lo que consideran como 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 *et al.* (2019), la pornografía convencional, comparada con la nueva pornografía, era de un impacto más limitado, pues encontrarla no era una tarea tan inmediata 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 —consumidor—, 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 la exposición de imágenes impresas o filmaciones distribuidas de forma ilegal o en puestos de periódicos, sex-shops, o comercios de video (Ballester *et al.*, 2019). Pese a esta propuesta, Guillén (comunicación personal, 2020) sugiere que esta variante aún se dirige 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 preferiría seguir teniendo los materiales en físico —revistas y películas en DVD— a su disposición. En contraposición, los individuos 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 *et al.*, 2014; Ballester *et al.*, 2019), que es aquella que ha encontrado un terreno apropiado en el ciberespacio,<sup>9</sup> 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<sup>10</sup> que de él se derivan” (Ballester *et al.*, 2019: 253).

<sup>8</sup> 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 *Playboy* en noviembre de 1972 (Amiguet, 2013).

<sup>9</sup> Internet ha permitido una mayor diversificación y distribución de materiales y prácticas pornográficas que pueden considerarse “como más extremas” (Guillén, 2013: 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” (Aguinaga, 2010: 39) del contenido pornográfico disponible en la web.

<sup>10</sup> Sin restarle mérito a las afirmaciones de Ballester *et al.* (2019), consideramos que existe una carga sumamente negativa en cuanto a su visión acerca del fenómeno pornográfico, específica-

Resulta especialmente provechoso trazar la división entre pornografía convencional y nueva pornografía, pues nos ayudará a lograr un mejor entendimiento del fenómeno pornográfico que se desenvuelve y se concentra en el ciberespacio. Y es que el hecho de que buena parte de la oferta que se empezaba a mostrar en internet resultara más accesible, gratuita y se consumiera desde el anonimato protegiendo las identidades de los usuarios, contribuyó significativamente en el aumento de su popularidad, de su disponibilidad, de su reconocimiento y de su consumo. "El motor Triple-A —accesibilidad, asequibilidad y anonimato— impulsa la popularidad de la pornografía en internet" (Cooper, 1998, en Kor *et al.*, 2014: 861-868).

Siendo así, al encontrar una amplia variedad de contenidos pornográficos en la web, los usuarios podían visualizar, compartir y archivar 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.

Ante esta situación, parece esencial hacer un alto en nuestro recorrido para tratar 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 de su uso. 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 "porno chic" (McNair, 2004, en Guillén, 2013). Muy a grandes rasgos, estos términos aluden al uso de la pornografía y del sexo como una estrategia comercial que resulta atractiva y redituable en ámbitos que no son precisamente constitutivos de la industria del sexo. De acuerdo con Agger (2012), "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" (Phillips, 2015: 67).

La expansión de la pornografía a causa del internet, y el sexo como anzuelo 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: 124-135). En sintonía con lo anterior, McNair (2004) sostiene que "las nuevas

---

mente sobre las consecuencias en hombres jóvenes consumidores, como el hecho de plantear que el acceso a la pornografía estimula, casi de forma automática, el consumo de prostitución. Empero, algunos de sus postulados, con los matices necesarios, son de suma utilidad para referirnos a la pornografía en internet.

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" (Guillén, 2013: 125).

En relación con esta propuesta 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 usual su existencia 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 (2017) considera que los estigmas sociales son casi inherentes al trabajo y al trabajador sexual, y mantienen su vigencia por causa de distintos grupos sociales. El estilo de vida *swinger*<sup>11</sup> en la Ciudad de México, por traer un ejemplo, aunque goza de presencia y notoriedad en páginas porno de internet —comerciales y amateurs—, en algunos periódicos, revistas y principalmente en la red social *Twitter*, no es una práctica sexual habitual que 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. A la par, la productora mexicana de pornografía Sexmex, en favor de "su creciente producción de contenidos mensual", busca "modelos femeninas" interesadas en incursionar en el porno. Sin embargo, los 5 000 a los 30 000 pesos mexicanos que supuestamente una mujer podría percibir por su participación en videos pornográficos para la compañía, dependen ciertos factores, siendo uno de los más determinantes 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 disfracen su verdadera identidad, el monto a percibir de la productora puede variar considerablemente, inclinándose a que las nuevas actrices aparezcan con el rostro al descubierto en sus escenas.

Como observamos en estos dos 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 llevan a cabo, puesto que ese reconocimiento podría traer consigo prejuicios y señalamientos que afectarían de formas diversas las vidas de quienes, por gusto o por necesidad, se han incorporado al *swinger* o a la oferta pornográfica en internet, respectivamente.

<sup>11</sup> 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 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.

## Porno y medios de comunicación

Aun así, es bien sabido que la pornografía y el sexo venden (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: 295), dependiendo del contexto en el 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, pero cuya influencia sigue generando cierto impacto.

En shows y programas de televisión, especialmente en aquellos dedicados a tratar notas de las celebridades y la farándula, los cuales son transmitidos y publicitados en horarios clasificados como “aptos para toda la familia”, podemos ubicar momentos destinados a comercializar productos distintos, entre ellos, suplementos o fármacos que contribuyen a mejorar el desempeño y la potencia sexual.

Los noticiarios también han aportado a esta proyección, a veces de forma muy sutil, mediante sus secciones del clima, segmentos cuya estructura es muy peculiar y que suelen ser presentados por mujeres vestidas con ropa sumamente ajustada,<sup>12</sup> lo que ha motivado la creación de un buen número de canales en YouTube especializados en recopilar y publicar estos reportes cotidianos.

De igual manera, en pleno auge del Covid-19 se elaboraron notas periodísticas que destacaron la contribución que realizó la página *PornHub* frente al confinamiento social, poniendo su material “exclusivo” —aquel por el que hay que pagar— como de libre acceso para cualquiera que deseara echarle un vistazo.<sup>13</sup> También se escribieron reportes acerca del crecimiento exponencial en las ventas de vibradores comercializados por *Erotika*, que es el establecimiento especializado en artículos eróticos más famoso de México.<sup>14</sup>

Conjuntamente, es posible encontrar en YouTube —una plataforma que, en el supuesto, no distribuye contenidos pornográficos—,<sup>15</sup> pequeños videos de actrices, conductoras y deportistas, los cuales han sido manipulados por usuarios de la plataforma con el propósito de hacer enfoques o *close ups* a partes

<sup>12</sup> En una sesión impartida por Néstor García Canclini en el plantel Iztapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana, se hacía referencia a este tipo de contenidos como “el pornoclima”, dada la composición y la forma en la que son presentadas estas secciones.

<sup>13</sup> El portal mediotiempo.com —entre otros como entrepreneur.com y zonafranca.mx— publicó el artículo “Portal para adultos dará acceso Premium en México durante cuarentena” el 30 de marzo de 2020. Disponible en línea.

<sup>14</sup> Medios como *Infobae*, *La Razón*, *Milenio* y *Euronews*, por citar sólo algunos, dieron 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 fueron las que más compraron estos artículos. Para acceder a las notas basta con dirigirnos a Google Noticias y rastrearlas desde ahí.

<sup>15</sup> Algunos actores porno cuentan con canales en YouTube con cientos de miles de suscriptores y de reproducciones en sus videos.

específicas de sus cuerpos,<sup>16</sup> entre los que destacan sus senos, sus glúteos, sus piernas y, en ocasiones, incluso, sus genitales. En los clips, las mujeres siempre aparecen vestidas, pero eso no representa un obstáculo para que alguien realice los ajustes necesarios que favorezcan la visualización de una u otra parte de sus cuerpos.

Por último, hay que destacar la publicidad, los comentarios y las referencias cada vez más comunes y recurrentes en las conversaciones públicas del fenómeno desbordado de *OnlyFans*, las cuales adquieren mayor proyección y relevancia por causa de los medios de comunicación masiva.

Si bien no contamos con las herramientas suficientes que nos permitan asegurar que consumir y producir pornografía es una práctica habitual a la que la sociedad se está 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, proliferación, alta demanda y consumo de estos productos. Por tal razón, es imprescindible otorgarle la debida importancia al contexto, pues en una sociedad como la mexicana, en la que prevalecen tabúes en cuanto al consumo del porno y a “otras formas diversas de expresión y ejercicio de la sexualidad” (Guillén, 2013: 126), la pornografía puede seguir siendo objeto de censura, al dotarla de sentidos negativos y descalificaciones que la sociedad afirma y reconoce como tales (Aguinaga, 2010), las cuales suelen representar una serie de obstáculos ante los esfuerzos por construir una diversidad de discursos acerca de este fenómeno social y cultural.

## Para cerrar ...

Un elemento crucial para que la pornografía siga vigente es su incesante necesidad de innovar y, por lo tanto, la capacidad que han mostrado sus productos 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 —revistas y fotografías— emigren a formatos digitales exitosamente. Esta innovación no se limita únicamente a su adaptación y transformación gracias a los distintos desarrollos tecnológicos de la actualidad. También contribuye ampliando la producción de contenidos y la diversidad de la oferta que se distribuye por internet, pues la pornografía se vuelve monótona con facilidad (Guillén, comunicación personal, 2020), de tal suerte que la creación de nuevas mercancías, como sitios de cámaras web, videos y fotografías amateur —compartidas y publicadas en di-

<sup>16</sup> Al respecto, es interesante revisar la “hípercorporalización” y el “cuerpo fragmentado” propuesto por Rodrigo Díaz Cruz (2006).

ferentes plataformas, usualmente por sus mismos protagonistas — podrían ser consideradas una consecuencia de la innovación del porno en internet.

## Referencias bibliográficas

- Agger, Ben, 2012, *Oversharing: Presentations of Self in the Internet Age*, Nueva York, Routledge.
- Alpízar, R., 2020, "La industria cultural pornográfica digital: los modelos de cámara web del sitio My Free Cams.com", tesina de Maestría, UAM-Iztapalapa, México.
- Aguinaga Aillón, Diego Javier, 2010, *Pornografía en internet: visualidad y representación corporal*, Quito, Universidad Andina Simón Bolívar.
- Amiguet, Teresa, 2016, "El erotismo inteligente de *Playboy* conquista EEUU", *La Vanguardia*, 2 de noviembre de 2016, recuperado de: <<https://www.lavanguardia.com/hemeroteca/20161003/41751666999/playboy-revistas-estados-unidos.html>>.
- Arcand, Bernard, 1993, *El jaguar y el oso hormiguero. Antropología de la pornografía*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Ballester, Lluís, Carmen Orte y Rosario Pozo, 2015, "La pornografía en internet y la ritualización de las relaciones sexuales", en *Aportaciones a la investigación sobre mujeres y género. Congreso Universitario Internacional Investigación y Género*, Sevilla, 3 y 4 de julio de 2014.
- \_\_\_\_\_, 2019, "Nueva pornografía y cambios en las relaciones interpersonales de adolescentes y jóvenes", en Lluís Ballester, Carmen Orte y Rosario Pozo, *Vulnerabilidad y resistencia: experiencias investigadoras en comercio sexual y prostitución*, Palma, Universitat de les Illes Balears (Treballs Feministes), pp. 249-284.
- Benjamin, Walter, 2003 [1935], *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, México, Itaca.
- Díaz Cruz, Rodrigo, 2006, "La huella del cuerpo. Tecnociencia, máquinas y el cuerpo fragmentado", *Tópicos del Seminario*, núm. 16, pp. 145-170.
- \_\_\_\_\_, y Rodrigo Roque de Castro, 2014, "Reflexiones sobre la construcción del ecosistema doméstico de la tecnología. Modalidades de apropiación de las TIC desde la desigualdad", *Estudios de Comunicación y Política*, núm. 34, pp. 93-104.
- Dines, Gail, *Pornland: How Porn has Hijacked our Sexuality*, North Mebourne, Spinifex Press, 2010.
- D'Orlando, Fabio (2011), "The demand for pornography", *Journal of Happiness Studies*, núm. 12, pp. 51-75.
- García Canclini, Néstor, 2012, "Introducción. De la cultura postindustrial a las estrategias de los jóvenes", en Néstor García Canclini, Francisco Cru-



- ces y Maritza Urteaga (coords.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*, México, Ariel, pp. 3-24.
- \_\_\_\_\_, 1999, "El consumo cultural: una propuesta teórica", en Guillermo Sunkel (coord.), *El consumo cultural en América Latina*, Colombia, Convenio Andrés Bello, pp. 26-49.
- González Caldito, Juan Carlos, 2015, "Cadenas, poder y pornografía", *Mito. Revista Cultural*, pp. 1-9.
- Guillén Rauda, Héctor Daniel, 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 de Doctorado en Ciencias Antropológicas, UAM-Iztapalapa, México.
- \_\_\_\_\_, 2017, "Performance e incertidumbre: la pornografía amateur en México", *Revista de Estudios de Antropología Sexual*, vol. 1, núm. 7, pp. 112-126.
- Hernández Moreno, Jazmín, 2016, "La modernidad líquida", *Política y Cultura*, núm. 45, pp. 279-282.
- Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio, *Metodología de la investigación*, México, McGraw Hill, 2014.
- Infobae, 2019, "Qué buscaron los mexicanos en el sitio de pornografía más grande del mundo durante 2019", 13 de diciembre de 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/>>.
- Kendrick, Walter, (1996), *The Secret Museum: Pornography in Modern Culture*, Berkeley, University of California Press.
- Kor, Ariel, Sigal Zilcha-Mano, Yehuda A. Fogel, Mario Mikulincer, Rory C. Reid y Marc N. Potenza, 2014, "Psychometric Development of the Problematic Pornography Use Scale", *Addictive Behaviors*, núm. 5, pp. 861-868.
- Lamas, Marta, 2016, "Género", en Fernando Castañeda, Laura Baca Olamendi y Alma Imelda Iglesias (coords.), *Léxico de la vida social*, México UNAM, pp. 285-290.
- \_\_\_\_\_, 2017a, *Identidad, psiquismo y cultura*, México, Programa Editorial de la Coordinación de Humanidades-UNAM.
- \_\_\_\_\_, (dtora.), 2017b, *El fulgor de la noche. El comercio sexual en las calles de la Ciudad de México*, México, Océano.
- McNair, Brian, 2004, *La cultura del striptease. Sexo, medios y liberación del deseo*, Barcelona, Océano.
- Owens, E.W., R.J. Behun, J.C. Manning y R.C. Reid, 2012, "The Impact of Internet pornography on Adolescents: A Review of the Research", *Sexual Addiction & Compulsivity*, vol. 19, núm. 1, pp. 99-122.

- Peña Sánchez, Edith Yesenia, 2012, "La pornografía y la globalización del sexo", *El Cotidiano*, núm. 174, pp. 47-57.
- Peter, Jochen y Patti M. Valkenburg, 2016, "Adolescents and Pornography: A Review of 20 Years of Research", *The Journal of Sex Research*, núm. 4-5, pp. 509-531.
- Phillips, Christian, 2015, "Self-Pornographic Representations with Grindr", *Journal of Visual and Media Anthropology*, núm. 1, pp. 65-79.
- Rose, David Edward, 2012, "The Definition of Pornography and Avoiding Normative Silliness: A Commentary Adjunct to Rea's Definition", *Philosophy Study*, núm. 8, Newcastle University, pp. 547-559.
- Torres Ruiz, Miguel Ángel, 2002, "Sexo inorgánico en el ciberespacio: relaciones entre ciencia y pornografía", *Desacatos. Revista de Ciencias Sociales*, núm. 9, pp. 23-56.
- Weitzer, Ronald, 2009, "Sociology of Sex Work", *Annual Review of Sociology*, vol. 35, pp. 213-234.
- \_\_\_\_\_, 2010, "Sex Work: Paradigms and Policies", en Ronald Weitzer (ed.), *Sex for Sale: Prostitution, Pornography, and The Sex Industry*, Nueva York/Londres, Routledge Taylor & Francis Group, pp. 1-43.
- \_\_\_\_\_, 2017, "Resistance to Sex Work Stigma", *Sexualities*, vol. 21, núm. 5-6, pp. 717-729.
- Winner, Langdon, 2004, "Internet y los sueños de una renovación democrática", *Nómadas*, núm. 21, Universidad Central de Colombia, pp. 54-67.
- Yehya, Naief, 1996, "Pornografía y obscenidad. La crítica de la cultura desde sus márgenes", *Revista de la Universidad de México*, vol. 51, pp. 8-13.
- \_\_\_\_\_, 2001, "De la sociedad victoriana a la era de la hiperinformación", *Nexos*, núm. 284