

# Innovación tecnológica en la industria cultural digital pornográfica: El caso de las modelos de cámara web en myfreecams.com<sup>1,2</sup>

[RODRIGO ALPÍZAR JIMÉNEZ]

Universidad Autónoma Metropolitana, México  
ro.aj1988@hotmail.com

[ADRIANA ROBLEDO SÁNCHEZ]

Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica  
de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, México  
adriana.rs05@outlook.com

## Resumen

La pornografía no sólo puede ser considerada como una industria cultural dados los significados que transportan sus múltiples expresiones, pues gracias a la innovación, que es una de sus mayores propiedades, se ha valido de los recursos y desarrollos tecnológicos disponibles para transitar hacia lo que entendemos como industria cultural digital. Un ejemplo de su exitosa incorporación al entorno digital es la creación de sitios dedicados a promover modelos de cámara web, los cuales reciben a millones de usuarios que navegan por sus páginas con frecuencia, como es el caso de *My Free Cams.com*.

**Palabras clave:** Industria cultural digital, pornografía, interacción, modelos de cámara web

---

<sup>1</sup> Artículo enviado: 29 de marzo de 2022. Aceptado: 12 de julio de 2022.

<sup>2</sup> Esta propuesta se desprende de la tesis de Maestría en Ciencias Antropológicas, La industria cultural pornográfica digital: Las modelos de cámara web del sitio My Free Cams.com de Alpizar Jiménez, Rodrigo (2020), adscrito a la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, México.

## **Technological innovation in the porn digital culture industry: the case of the webcam models at *myfreecams.com***

### Abstract

Pornography may not only be considered a cultural industry, given its multiple expressions' meanings. Thanks to one of its most extraordinary faculties, innovation, it has also used resources and technological developments to move towards what we consider a digital culture industry. Proof of this successful leap into the digital environment is the creation of pages dedicated to promoting webcam models, which have millions of users who frequent these sites, such as My Free Cams.com.

Keywords: Digital culture industry, pornography, interaction, webcam models

## **Inovação tecnológica na indústria cultural pornográfica digital: o caso dos modelos de webcam no *my free cams.Com***

### Resumo

A pornografia não somente deve ser considerada uma indústria cultural pelos significados que as suas múltiplas expressões transmitem, mas porque, graças à inovação, que é uma das suas maiores propriedades, tem utilizado os recursos e os desenvolvimentos tecnológicos disponíveis para avançar com o que entendemos como uma indústria cultural digital. Um exemplo da sua incorporação bem-sucedida ao ambiente digital é a criação de sites dedicados à promoção de modelos de webcam, que recebem milhões de usuários que navegam frequentemente em suas páginas, como é o caso de My Free Cams.com.

Palavras chave: Indústria cultural digital, pornografia, interação, modelos de webcam

## Introducción

La pornografía puede ser vista desde una óptica distinta a la que buena parte de la sociedad se ha acostumbrado, supeditada a concepciones negativas<sup>3</sup> que intentan reforzar una serie de valores morales que la estigmatizan y obstaculizan su análisis como un fenómeno social del cual participan diversos actores. De hecho, puede ser (re) pensada como una industria cultural que ha recurrido a las tecnologías de la información y la comunicación para crear y distribuir, a gran escala, una serie de productos -revistas, textos, videos, fotografías, juguetes- que contienen y transportan múltiples significados, cuya capacidad de *modelar*, *moldear* y *modificar* percepciones y conductas entre sus consumidores, y entre los individuos en general, es más que evidente. Con todo, gracias a las constantes e incesantes innovaciones tecnológicas, las industrias culturales -en este caso, la industria pornográfica, subconjunto de una industria mayor como lo es la industria del sexo-, invariablemente ha sufrido modificaciones notables en sus modos de producir, distribuir y comercializar sus contenidos.

Ante esta situación, nos disponemos a ilustrar algunas características constitutivas de la pornografía y de las llamadas industrias culturales digitales que nos permitirán dar sentido a la propuesta de considerar a la industria pornográfica no sólo como una industria cultural, sino como una industria cultural digital. En esencia, intentaremos dar cuenta, a través de una serie de ejemplos representativos de la pornografía en internet y aludiendo al caso de los modelos de cámara web en particular, del impacto ocasionado por el surgimiento de las nuevas tecnologías sobre las industrias culturales, tal como eran concebidas hasta hace unas décadas.

Debido a la diversidad de enfoques existentes en torno a esta cuestión, asumiremos como sustento la definición amplia de industrias culturales e industrias creativas, las cuales, de acuerdo con la UNESCO, convergen en ciertos puntos y 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” (2009:1). La dimensión en común compartida por estas industrias culturales y creativas -la salida al mercado, la promoción y la difusión- es la que nos otorga la facultad de utilizar sus concepciones para aplicarlas a las propuestas tratadas en este texto.

Por su parte, proponemos entender a la pornografía<sup>4</sup> como un producto cultural de masas ubicado en un contexto histórico, geográfico, cultural y socialmente definido, y que está centrado, esencialmente, en la estimulación sexual/erótica de los consumidores 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. Además, la misma diversidad de manifestaciones pornográficas -“legales” e “ilegales”- que están

---

<sup>3</sup> Arcand, 1993; Kendrick, 1996; Torres, 2002; Peña Sánchez, 2012; Guillén, 2013; y Phillips, 2015 son algunos de los autores que han dado cuenta de cómo la pornografía ha sido objeto constante de prohibición, censura o regulación en las sociedades occidentales, tanto para quienes la consumen como para quienes la producen, especialmente para las mujeres. 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.

<sup>4</sup> Es complicado definir a la pornografía desde una sola vía, pues no es un término monolítico, además de que no existe, al día de la fecha, una definición precisa y acabada que sea validada y tomada como única y universal por quienes estudian este fenómeno social (Aguinaga, 2010).

disponibles en internet, puede 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 Sánchez, 2012; Rose, 2012; Guillén, 2013).

### **Industrias creativas digitales y pornografía**

En conformidad con el Mapa de Ruta de Industrias Creativas Digitales -*creative industries*, como también las denomina García Canclini (2002) en su definición de industria cultural- elaborado por la Secretaría de Cultura de México 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 de México 2018:8).

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 de México 2018:52- 53).

Finalmente, las industrias culturales digitales se organizan en cuatro grupos (Secretaría de Cultura de México 2018:67):

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.

Ahora bien. Pese a que en el Mapa de Ruta en ningún momento se toma en cuenta a la pornografía como una industria creativa digital<sup>5</sup>, sí se señalan como tales 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 al tipo de contenidos que incluyan o excluyan ciertos bienes producidos y distribuidos por ellas, sus características pueden ser aplicadas adecuadamente 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 de México 2018:44).

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 2012:37).

Tan sólo como ejemplo de la cita anterior, pocos se atreverían a dudar de un hecho que resulta evidente: la industria pornográfica ha sabido transformar su contexto aprovechando la internet y las tecnologías para explotar al máximo sus capacidades, valiéndose de las nuevas técnicas de reproducción de imagen -transitando desde la fotografía en el siglo XIX, hasta la llegada de la internet, pasando por el cine, los videocasetes, los CD-ROM y los DVDS (Arcand 1993; Yehya 2001; Torres 2002; Guillén 2013)- para adquirir popularidad (Peña Sánchez 2012) y ofrecer contenidos a gran escala, cuya calidad y resolución cada vez es mayor.

Es necesario señalar la trascendencia de la difusión masiva de los productos pornográficos, la cual, invariablemente, nos hace relacionarlos con las industrias culturales en su noción más clásica. 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>6</sup>.

Así, 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 -impresión, fotografía, video- utilizadas para difundir mensajes a mayor escala. En este orden de ideas, 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 sus productos, que en

---

<sup>5</sup> La decisión de no incluir a la pornografía en calidad de una posible industria cultural digital levanta suspicacias, pues es muy probable que esta resolución esté atravesada por cuestiones políticas o morales que fomentan y refuerzan su concepción negativa (Kendrick 1996; Yehya 1996; Guillén 2013; Phillips 2015).

<sup>6</sup> Así lo propusieron Adorno y Horkheimer (1988), cuando la democratización de la cultura borró o hizo más endebles las fronteras entre lo que se consideraba como alta cultura y baja cultura.

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

De esta forma, las empresas nacionales e internacionales dedicadas a este rubro tienen a su alcance, al día de la fecha, una serie de recursos tecnológicos más sofisticados que les permiten producir los más variados contenidos pornográficos para ser publicados y promocionados en sus respectivas páginas web oficiales, así como en otros sitios en línea, regularmente de acceso gratuito para un público supuestamente adulto. El propósito de esta estrategia comercial<sup>7</sup> es que los usuarios interesados en este tipo de contenidos puedan consumirlos rápidamente por medio de los 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 (Guillén 2013).

La pornografía ha encontrado un medio favorable [la 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 2012:55).

La proliferación de internet, considerado como un entorno ‘altamente sexualizado’ (Cooper, Boies, Maheu, y Greenfield 1999; Peter y Valkenburg 2006 citados en Owens, E. W., Behun, R. J., Manning, J. C. y Reid, R. C. 2012), 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 (Guillén 2013) al brindarle a los usuarios una gama muy amplia de opciones audiovisuales que están, en su mayoría, al alcance de un clic. Este contexto acelera y facilita el acceso a contenidos que hasta hace unos años se podían consumir únicamente trasladándose físicamente a una sala de cine, a un sex shop, a un puesto de periódicos y/o a otros establecimientos especializados en comercializar mercancías de contenido pornográfico, arrastrando la carga social negativa que este desplazamiento implicaba.

En el marco digital, el alcance que ha logrado la pornografía gradualmente a causa de su amplia circulación (Peña Sánchez 2012) en algunos medios de comunicación considerados como tradicionales, pero sobre todo en internet, coincidiría con otro de los elementos centrales de las industrias culturales: la difusión y circulación masiva, nacional e internacional, de productos culturales. Acorde con las ideas antes expuestas

---

<sup>7</sup> El tráfico de usuarios que generan las páginas porno 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 -apropiación gratuita de valor, economía del “me gusta” y del “clic” (Lins Ribeiro, 2018)-, y por la curiosidad de los usuarios, ávidos de encontrar y disponer de más materiales a los cuales puedan acceder. Hay que mencionar otro aspecto relevante: la publicidad. 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 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. En síntesis, en el caso de la pornografía existen redes complejas de sitios web, todos ellos produciendo dinero de manera interconectada (Pyne, 2019), otorgándole un peso específico a la publicidad.

está claro que, en estos tiempos de conectividad, el ambiente digital no sólo está alterando la denominada economía creativa<sup>8</sup>, sino que está modificando la forma y las pautas de producción y 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 la Secretaría de Cultura de México 2018:51).

En este sentido, como parte crucial de nuestra propuesta, retomaremos la organización de cuatro tipos de las industrias creativas digitales previamente citadas, dentro de las cuales, según apreciamos con nitidez, la pornografía es compatible con tres de los cuatro puntos que componen esta clasificación. Sin embargo, antes de emprender esta tarea, resulta indispensable ofrecer una descripción, en términos generales, del sitio en internet especializado en promocionar modelos de cámara web llamado *My Free Cams.com* -MFC, en adelante-, el cual será de gran relevancia y utilidad para ejemplificar y comprender algunos de los niveles constitutivos de las industrias creativas digitales.

### ***My free cams***

*My Free Cams.com* (MFC) es un sitio en internet dirigido a un público adulto que, de acuerdo con la propia información publicada en su “wiki” oficial, ejerce como una plataforma intermediaria que pone en contacto a personas -miembros y modelos- a través de video chats. MFC presenta, en su página de bienvenida, una lista sumamente amplia y variada con el nombre y la imagen de las mujeres que transmiten -a través de una cámara web- distintas acciones verbales -orales y textuales- y corporales que son ejecutadas “en directo”, a las cuales regularmente se les asigna un precio y mediante las cuales se puede -o no- generar y obtener una ganancia. El conjunto de estos actos es observado por aquellas personas que navegan por el portal antes citado 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* o *camgirls*-, mientras que, a las personas que acuden al sitio *My Free Cams.com* para observar las actuaciones que ejecutan dichas modelos en tiempo real se les denomina usuarios, que posteriormente podrán ser “invitados” o “miembros”, dependiendo de sus preferencias, intereses, y del tipo de vínculos que construyan en su paso por MFC. Este sitio web aglutina modelos y miembros provenientes de distintas partes del mundo. Aunque en su comunicación oficial y de acuerdo con los administradores, informe que no es un sitio porno -ya que la desnudez no es un requisito obligatorio para ser una modelo de cámara web-, nosotros sugerimos la posibilidad de contemplarla como una oferta más del amplio catálogo de productos pornográficos 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 es importante mencionar algunas de las cifras que MFC pone a disposición de los interesados al navegar por sus páginas. De acuerdo con la sección *MyFreeCamsWiki*, la plataforma se encuentra dentro del top 1.000 de sitios que generan el mayor tráfico en internet, recibiendo un aproximado de 30 millones de visitantes al mes. Además, en la actualidad, hay más de veinte millones de miembros, de los cuales, alrededor de 200 mil son mujeres provenientes de distintos países del mundo que están registradas

---

<sup>8</sup> Secretaria de Cultura de México 2018:51-52

y acreditadas como modelos de cámara web<sup>9</sup>.

Cabe destacar que *My Free Cams.com* ostenta ser el sitio que mejores beneficios y oportunidades económicas les brinda a las modelos dentro de la extensa variedad de *webcam sites* en internet<sup>10</sup>; destinando un 60% o más de las ganancias que ellas generan directamente a sus cuentas personales. Por lo cual, la plataforma, en su papel de intermediaria, obtiene el restante de ese porcentaje, oscilando entre un 30 o 40% aproximado del total producido por las transmisiones que cada una de las *webcam models* lleva a cabo.

Esto resulta interesante, ya que, en el marco del capitalismo de la era digital (Reygadas 2018) o capitalismo electrónico-informático (Lins Ribeiro 2018), caracterizado por la aparición de dinámicas y prácticas innovadoras para la extracción de valor, *MFC* opera bajo un esquema económico considerado como poco vanguardista. Esto debido a que concentra ganancias provenientes de la explotación rentista o rentismo (Reygadas, 2018) a partir de la creación, desarrollo y el mantenimiento de un *software* que pone en contacto a personas a través de video chats y de las múltiples interacciones que ahí tienen lugar, “cobrando una renta por el uso, la participación y la interacción en la plataforma” (Reygadas 2018:81-82).

Asimismo, en este contexto, los procesos de producción y creación se distinguen por la falta de salarios fijos y de prestaciones sociales (Urteaga 2012). Por esta razón, el trabajo no remunerado y la “explotación del trabajo digital de personas a quienes no se les paga un salario” (Reygadas 2018:80), terminan por definir el panorama de precariedad en *MFC*, que evidentemente no exige el cumplimiento de una cuota específica para que una mujer interesada en ser modelo de cámara web pueda llegar a serlo. De hecho, es justo remarcar y tener presente que las modelos no trabajan para *MFC* y, por lo tanto, no perciben un sueldo que provenga directamente de la compañía<sup>11</sup>, pero tampoco tienen compromisos laborales que cumplir con ella, más allá de los lineamientos o reglas de supervisión a las cuales se deben apegar<sup>12</sup>.

Una modelo de *My Free Cams.com* tiene la libertad de elegir cuándo quiere realizar sus transmisiones, el contenido y la duración de éstas, y la frecuencia con la que las lleva a cabo<sup>13</sup>. Las *camgirls*, entonces, podrían pensarse como “prestadoras de servicio

---

<sup>9</sup> En *MFC* únicamente las mujeres pueden ser modelos de cámara web, de modo que no hay cabida para que hombres, parejas o personas trans funjan como modelos en el sitio.

<sup>10</sup> La información aquí descrita se encuentra disponible en *My Free Cams wiki*. [wiki.myfreecams.com](http://wiki.myfreecams.com).

<sup>11</sup> *MFC* ofrece lo que podríamos considerar como “bonos” o “premios” mensuales a las modelos más populares del sitio, pero esta situación no aplica en todos los casos. Esto queda de manifiesto cuando se revisa el concurso *Miss MyFreeCams*, en el que las 1.000 modelos más vistas durante un mes obtienen ingresos directamente de la plataforma, independientes de los *tokens* que hayan generado por sus propinas o sus shows, La modelo que consiga posicionarse en el primer lugar del concurso recibirá USD\$ (Dólares Estadounidenses) 1.500. Según estimaciones de *MFC*, el valor total de los premios que se entregan mes a mes supera los USD\$ (Dólares Estadounidenses)100.000.

<sup>12</sup> *MFC*, al responder a una lógica e intereses de mercado, informa en su *wiki oficial* acerca de las actividades que están permitidas y aquellas que están prohibidas dentro de su plataforma, tanto para modelos como para miembros, con el fin de favorecer su proyección política y mercantil.

<sup>13</sup> Esto podría ser analizado con mayor detalle desde lo que autores como Vite Pérez (2002), Geli (2018) y Reygadas (comunicación personal, 12 de junio de 2019) enmarcan dentro de las formas actuales de explotación, entre las que destacan 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 2002:366).



autónomas, que trabajan por su cuenta en los días y horas de su elección” (Palermo, Radetich y Reygadas 2020:4), cuestión que beneficia y que le permite a *MFC*

... operar bajo una apariencia de libertad (por ejemplo, la libertad de elegir los horarios de trabajo) porque puede confiar en que tendrá a su disposición una multitud de trabajadoras que, por necesidad, se auto-someterá (sin que ningún jefe la obligue) a largas jornadas laborales (Palermo, Radetich y Reygadas 2020:18-19), lo que le permite ofrecer contenido en directo las 24 horas del día, los 365 días del año.

En realidad, lo único que el sitio requiere es que la persona interesada en ser una modelo de cámara web complete un formulario en línea y envíe una identificación oficial que acredite legalmente su mayoría de edad en su país de origen. *MFC* advierte que las mujeres que deseen formar parte de su lista de modelos deberán tener de 18 a 45 años cumplidos como máximo.

Es el caso de Andy, modelo mexicana de *MFC* que nos ha permitido obtener mucha más información respecto a este fenómeno. En 2020 llenó el formulario en unos cuantos minutos, se tomó dos fotografías con su celular junto a su identificación oficial -una de frente y otra espaldas- y las envió para que *MFC* validara y verificara la autenticidad de su documento.

Luego de esta solicitud, la joven recibió la aprobación de la compañía al siguiente día, lo que significaba que ya tenía habilitada la opción de realizar transmisiones en la plataforma. 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 son originarios de Estados Unidos, Canadá y el Reino Unido, entre otros.

### **Usuarios: de invitados a miembros**

Respecto a los miembros de *MFC* es necesario ofrecer algunas anotaciones. En primera instancia encontramos dos categorías de usuarios reconocidos en *My Free Cams.com*: los “invitados” y los “miembros”. Un “invitado” es aquel usuario que navega por el sitio y puede observar las transmisiones de las *camgirls* en directo, pero que no tiene la oportunidad de entablar contacto con ellas ni con otros usuarios. Es decir, no participa en ninguna de las dinámicas de *MFC*. Para conseguirlo, 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 alcanzar un acceso menos restringido dentro de la plataforma.

A fin de comprender mejor este paso de invitado a miembro, en *MFC*, parece oportuno revisar lo que Lins Ribeiro (2018) concibe como “economía de la carnada” y Reygadas (2018) denomina “falsos dones”. Ambas propuestas coinciden en atender las prácticas ejercidas por algunas empresas -*MFC*, en este caso- de acuerdo con el plan de ofrecer a los usuarios de internet el acceso gratuito a algún servicio -por el cual regularmente hay que pagar- con el objetivo de atraerlos y así, una vez “enganchados”, obtener la información de estos usuarios, la cual será utilizada para rastrear y crear perfiles con

base en sus prácticas de consumo (Lins Ribeiro, 2018, Reygadas, 2018).

Ahora bien. Siendo un “miembro básico” de *MFC* es factible dar el salto hacia lo que se conoce como “miembro premium”, la categoría con mayores beneficios en el sitio. Un “miembro básico” asciende a “premium” cuando, atraído y satisfecho con el contenido que observó gratuitamente, decide invertir cierta cantidad de dinero -dólares estadounidenses- en los llamados *tokens*-fichas-, que son las unidades monetarias que circulan en *MFC*, las cuales 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 diez *tokens* que un “miembro premium” resuelva gastar generará puntos de recompensa. Éstos le ayudan, sobre todo, a gozar de una mejor reputación<sup>14</sup> 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.

### **Cómo gastar *tokens* en *MFC***

Las fichas en *MFC* se utilizan, básicamente, para ofrecer “propinas” -*tips*, como se les conoce en este y otros *camsites*-. Éstas pueden ser de muy diversos montos. El objetivo es que las modelos 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 las demandas de sus espectadores, pero los “miembros” tampoco están obligados a dar *tokens* para permanecer en una sala de chat<sup>15</sup>. Este ejercicio de dar *tips* describe, a grandes rasgos, las dinámicas centrales de éste y de algunos otros sitios de modelos de cámara web.

Otros modos de invertir las fichas dependen de los tipos de shows que se ofrecen en las transmisiones de las modelos. Por ejemplo, si un “miembro” desea 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 “privado”, cuentan con la opción de sumarse y “espiar” ese show, gastando 20 *tokens* por cada minuto transcurrido, pero no pueden interactuar con la modelo al no ser ellos quienes solicitaron el privado inicialmente. Existe un show denominado “realmente privado”, que no permite el acceso de espías y cuyo costo a cubrir es de 80 *tokens* por minuto. No obstante, también se encuentra disponible la modalidad del “show grupal”, en la que distintos “miembros” tienen la oportunidad de unirse y presenciar un show con la modelo apartados, todos ellos, de la sala de chat principal. El costo que cada usuario destina a esta dinámica es de 10 *tokens* por minuto. Finalmente, algunas modelos organizan shows exclusivos para sus comunidades de fans, de tal forma que, para acceder, hay que cubrir un monto establecido arbitrariamente por cada modelo.

---

<sup>14</sup> La cuestión del prestigio es señalada por Reygadas (2018) en los tipos de interacciones que contribuyen en la comprensión de la economía de las redes digitales.

<sup>15</sup> Sala de chat o *room chat* es el nombre que recibe la página en la cual se puede observar la transmisión de cada modelo en *MFC*. Además de mostrar el video, todos los *rooms* tienen un recuadro de texto en el que se van entablando conversaciones -chats- entre la modelo y los miembros que deseen participar de esta forma de comunicación textual.

Es útil para la exposición, en este punto, ofrecer un aproximado de las cantidades que las modelos perciben gracias a las transmisiones que llevan a cabo. Cada modelo en *MFC* recibe USD\$ (Dólares Estadounidenses) 0.05 por *token* que genere a través de las propinas *-tips-* que le son dadas por los “miembros premium”. Esto puede variar si realiza algún show catalogado como privado, ajustando el monto de su ganancia dependiendo del tipo de show: Grupal: \$0.50 por minuto que transcurra y por cada “miembro premium” espectador. Voyeur/Espía: \$1.00 por minuto que transcurra y por cada “miembro premium” espectador. Privado: \$3.00 por minuto que transcurra. Realmente Privado: \$4.00 por cada minuto que transcurra.

### ***MFC* ¿Un sitio porno?**

Un elemento importante que no hay que obviar es la postura de *MFC* respecto al tipo de contenido que ofrece. Y es que, si realmente no se perciben ni se asumen como un sitio pornográfico sólo por el hecho de no requerir la desnudez de sus modelos como una condición preestablecida, a todas luces hacen una reducción muy simple del fenómeno y parecen mirar hacia otro lado ante la explícita manifestación de toda una serie de acciones que se suscitan en sus páginas. A modo de ejemplo, cuando las modelos realizan transmisiones, el conjunto de sus actos se caracteriza, usualmente, por su alto contenido y carga sexual *-striptease*, masturbación, simulación de sexo oral, penetración vaginal y anal-, utilizando artefactos como juguetes en forma de pene, vibradores operados a través de *software* especiales, cepillos para el cabello y hasta frutas o verduras. También se pueden observar actividades sexuales entre dos o más mujeres, a fin de alcanzar distintos propósitos particulares. Sin ir más lejos, tal cual nos lo hacen saber algunos “miembros premium” 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, registros de campo, julio, 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, registros de campo, julio, 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, registros de campo, julio, 2020).

Aunque los tres coinciden en que el entorno de *My Free Cams* puede prestarse para que algunas modelos y miembros se limiten a *chatear* -cuestión que se ajustaría a que el sitio por sí mismo no obliga a las modelos a desnudarse-, estos testimonios destacan la predominancia del contexto porno que atraviesa a *MFC*, a causa del contenido sexual que encuentran ahí, contradiciendo el mensaje que manifiestan los administradores

del sitio. Pero en el supuesto de que, en efecto, *MFC* sea una plataforma que no se gestó bajo la idea de ser pornográfica, cabría preguntarse ¿quiénes fueron, entonces, los que comenzaron a darle ese uso y sentido? Probablemente, en un ejercicio destinado a esa tarea, valdría la pena analizar esta cuestión a la luz de los postulados de Phillips, particularmente aquellos que entienden a la pornografía como una “actividad simbólica integral” (2015:68) y su propuesta del “prisma pornográfico” (2015:67).

A la par de este cuestionamiento conviene introducir otra idea. Si bien los sitios de modelos de cámara web sí se nos presentan, en primera instancia, como una oferta más que se suma a la inmensa variedad de productos pornográficos disponibles en internet, tendrían cabida, en cierta medida, en lo que algunos autores denominan como “cibersexo”<sup>16</sup>.

El “cibersexo” refiere 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. Forman parte del cibersexo, también, los dispositivos y accesorios<sup>17</sup> que permiten una estimulación sexual directa, conocidos como “teledildonics” (Yehya 1996; Daneback, Cooper y Manson 2005; Neely 2010; Phillips 2015), a los cuales prestaremos atención más adelante.

A la vista de lo expuesto, el fenómeno de las modelos de cámara web es un componente sustancial en la amplia oferta de productos pornográficos disponibles en internet. Al mismo tiempo, las dinámicas que dan sentido y caracterizan a *My Free Cams.com* nos alientan a enmarcar la performance que llevan a cabo ciertas modelos como una práctica ligada al “cibersexo”, en virtud de lo cual, ambas nociones, pornografía y “cibersexo”, son elementos importantes en la percepción y configuración de los sitios en internet de modelos de cámara web. Estos sitios, precisamente, nos serán de gran ayuda para identificar y ejemplificar determinados elementos específicos de las industrias culturales digitales. Así lo observaremos a lo largo de los siguientes párrafos.

### **Organización de las industrias creativas en cuatro tipos**

Un factor indispensable en el análisis de los cuatro puntos que se abordarán a continuación es el de la interacción. Para efectos de esta propuesta, consideramos que la interacción está estructurada y definida por el contexto, además de presentar elementos diferenciados que dependen del espacio, las herramientas tecnológicas y de los intereses -particulares o colectivos- de los usuarios consumidores. Asimismo, destacamos que la interacción inaugura un proceso de comunicación, de relación social, pero, sobre todo, de influencia mutua (Pino y Alfonso 2011; Yaccuzzi Polisená 2016). Aclarado este punto, adentrémonos en la revisión de los tipos de industrias creativas digitales y su compatibilidad con la pornografía.

---

<sup>16</sup> Phillips, particularmente, relaciona este concepto con el *sexting*, o “intercambio de autorretratos pornográficos” (2015:71).

<sup>17</sup> 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” (1996:11). Un ejemplo sumamente ilustrativo del uso de estos aditamentos se puede ver en la película *Ready Player One* (Spielberg 2018), inspirada en la obra de Ernest Cline, dirigida por Steven Spielberg.

1. Industrias de audiencias pasivas y experiencias secuenciales. Las audiencias tienen nula o escasa interacción y los contenidos se transmiten de forma lineal (secuenciales) Este punto se ilustra con la poca participación<sup>18</sup> que ejercen las audiencias<sup>19</sup>. Para clarificar, el hecho de que el usuario ingrese a cualquier sitio de videos pornográficos en línea con el único propósito de observarlos sin poder modificar el contenido que visualiza y sin emitir comentarios, calificar dichas producciones, suscribirse a canales, ofrecer un pago de por medio o colaborar compartiendo contenidos refleja un tipo de interacción específico, que es prácticamente nulo en el espacio en el que se reproduce el contenido. Dicho de otro modo, en este nivel, los individuos son espectadores contemplativos.

Asimismo, en este primer nivel no es posible intervenir en la imagen gráfica o en la escena que el usuario está visualizando. En atención a lo cual, nos referimos al acervo de videos previamente grabados que son publicados en internet para ser consumidos, pero cuyo contenido es imposible de modificar en tiempo real.

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 conecta con determinados contenidos pornográficos. Puede suscitarse cuando alguien decide pagar una cantidad de dinero para acceder al contenido sexual en línea que se presenta como “exclusivo” y dispone del material pornográfico a su conveniencia. 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 *MFC*.

En este nivel en el que la interacción se expresa con más fuerza conviene situar una práctica social mediada por las pantallas de los dispositivos móviles que ha ganado presencia y que ha gozado, hasta cierto punto, de una mayor aceptación social: el *sexting*, vinculado, comúnmente, a la pornografía por el tipo de contenidos que se crean y se distribuyen, pero que, muy probablemente, encuentra mejor conexión con el “cibersexo”. El *sexting* es esa práctica basada en el envío de textos, fotografías o videos sexuales a través de dispositivos digitales entre dos o más personas (Phillips 2015), y suele relacionarse con la difusión -con y sin el consentimiento de sus autores- y el consumo de los llamados *packs*, paquetes de material ‘pornográfico’ -compuestos, casi siempre, por fotografías- esparcidos en redes sociales digitales y en sitios de internet.

Un elemento que podríamos subrayar como común denominador de este tipo de interacciones sociales es el de la colaboración. Semejante al proceso de digitalización efectuado por aquellas personas que escaneaban sus revistas porno en los primeros

---

<sup>18</sup> Desde la perspectiva de los estudios de la comunicación, algunos elementos que incluimos en el análisis de estos cuatro niveles bien podrían ser examinados con base en ideas muy puntuales provenientes de la llamada cultura participativa (Jenkins, 1992; 2008; 2009 citado en Fechine, 2017) y cultura colaborativa (Gosciola et al. 2019).

<sup>19</sup> 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 1999:30), como podría ser el caso de aquellas audiencias presentes en los sitios de modelos de cámara web.

años de la internet con el propósito de ponerlas al alcance de otros, son los usuarios los que producen o poseen materiales sexuales y son ellos mismos los que interactúan entre sí y deciden compartirlos por distintos motivos, propiciando la disponibilidad de estos contenidos gracias a los desarrollos tecnológicos que permiten su circulación masiva.

Para continuar ilustrando es útil retomar a las modelos de *MFC*. Si los “miembros premium” están observando la transmisión de una performance en vivo por parte de una modelo es probable que alcancen cierta injerencia y transformen la escena que están visualizando, pues un “miembro premium” cuenta con la opción de participar en salas de chat y comunicarse con otros “miembros” de la audiencia e, incluso, con quien(es) está(n) desarrollando el contenido visual a través de una cámara web. Este dato, en apariencia simple, pero no por eso menos trascendente, abre una ventana de oportunidades para que la transmisión deje de ser lineal y sufra 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 mismo público puede convertirse en una especie de ‘director’ de la escena que está observando. Aunado a esto, si las audiencias son lo suficientemente ‘dadas’ con la modelo, lograrán obtener determinado tipo de control -o al menos la ilusión de tenerlo- en cuanto al contenido producido en tiempo real, y dirigirlo según sus gustos o expectativas, tanto individuales como colectivas.

Una cuestión interesante que habría que resaltar es que, de acuerdo con el testimonio de Andy, no todas las peticiones que recibe -ella y otras modelos- en *MFC* se cumplen ni son de índole sexual, pese a que el contexto del sitio invite a pensar que la plataforma está destinada, exclusivamente, al fomento de ese tipo de dinámicas. Esto nos lleva a considerar que algunos usuarios de *MFC* no sólo están en la consecución del cumplimiento de ciertos deseos o fantasías vinculadas al placer sexual, y que muchos de ellos encuentran un sitio idóneo para entablar relaciones sociales que se separan y desarbolan, aunque sea por un momento, del contexto tan estereotipado del lugar. Al respecto, Andy mencionó que los “amigos” con los que ella platica de temas muy diversos, además 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, situación que nos advierte sobre un tipo particular de relación social que es real, y que emerge en este sitio *online* pudiendo traspasar a diferentes ámbitos, como las redes sociales digitales, el *WhatsApp* y el mundo fuera de línea.

Finalmente, esta cuestión nos hace recordar lo que Hurtado Saa (2017) concluye acerca del trabajo sexual. Refiriéndose a que no se limita a la prestación de servicios sexuales pues, ciertamente, existe un ejercicio en el que se involucra la prestación de servicios emocionales, afectivos y hasta de cuidado, los cuales estarían presentes en ciertos casos dentro de las dinámicas de las páginas 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, con certeza, cómo la pornografía se ha valido de innovaciones tecnológicas para mantenerse vigente en el ciberespacio. Aparte de la interacción 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(n) a la(s) persona(s) que está(n) ejecutando la transmisión en vivo, de producir experiencias en las que el(los) cuerpo(s) van más allá de la excitación y el placer que el puro contenido audiovisual desplegado en la pantalla produce. Detallemos este punto para su mejor comprensión.

La manera en la que se puede realizar esta producción de experiencias más reales o directas se da gracias a la creación e implementación de juguetes sexuales vibradores, que reaccionan a la distancia mediante 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, se conectan por medio de *bluetooth* y responden con movimientos de mayor o menor potencia, dependiendo de 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 esta propuesta- se conocen como “*teledildonics*” o “*cyberdildonics*” (Neely 2010), los cuales, incorporados al cuerpo de la persona que los porta “recrean las sensaciones táctiles del sexo físico” (Neely 2010:91-92).

Andy comenta que, mientras la cámara de su chat *room* está habilitada, se muestra siempre atenta a las solicitudes de los “miembros premium” que la visitan. Por lo regular, ella publica una especie de lista de precios -conocida como *Room Topic*- con las acciones que prefiere realizar en cada transmisión, entre las que encontramos: mostrar los senos, simular sexo oral al juguete que tiene en forma de pene, sacar la lengua y darse nalgadas. Quizá, la acción que expresa un mayor grado de interacción y generación de experiencias sensoriales entre ella y los usuarios es 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.

En más de una ocasión Andy ha cedido el control del *teledildonic* a un determinado “miembro premium”, siempre y cuando establezcan un acuerdo del número de fichas que se deberán pagar para que esto pueda llevarse a cabo. Cuando culmina la negociación, automáticamente, el *software* que permite el funcionamiento del juguete de Andy despliega en la pantalla del “miembro premium” un menú personalizado, el cual le permitirá a éste manipular -desde su computadora, tablet o teléfono inteligente- los movimientos y las velocidades de las vibraciones del dispositivo a su gusto, sin importar que exista una distancia de hasta miles de kilómetros entre él y la modelo.

La venta de este control sobre el *teledildonic* que Andy lleva puesto<sup>20</sup> se da por un tiempo limitado, que regularmente oscila entre los 3 y los 5 minutos, dependiendo

---

<sup>20</sup> En el plano económico, siguiendo a Palermo, Radetich y Reygadas, las camgirls que porten este y otro tipo de dispositivos digitales podrían ser consideradas “trabajadoras ciborg como guía para explorar el trabajo realizado de manera conjunta entre personas y artefactos digitales implantados en el cuerpo de la trabajadora” (2020:22-23).

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 elabora -y que muchas otras modelos publican de forma personalizada, según sus gustos, pero también sus intereses-, los usuarios tienen la posibilidad de hacerles peticiones; como lo observamos en el punto 2, y así alterar, acorde a sus intereses, el curso de la transmisión que están viendo. Todo ello siempre que la modelo esté de acuerdo y se logre un trato que resulte redituable y atractivo para las partes involucradas.

En resumidas cuentas, la aparición de juguetes sexuales que pueden ser manipulados a la distancia a través de un *software* y de aplicaciones digitales brinda 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. Punto en el que es interesante introducir la idea de producciones performativas, a fin de dar cuenta de la influencia o el impacto que se está efectuando en las modelos y, a su vez, de la influencia que las modelos producen en los usuarios.

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 comerciales con otras experiencias y espectáculos procedentes 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 a año en la Ciudad de México. Los asistentes, previo pago de por medio para acceder al evento, pueden conocer actrices porno, gente *swinger*, modelos y edecanes con quienes retratarse por precios diversos. Incluso a menudo llegan a tocar algunas partes de sus cuerpos, siempre que exista ese acuerdo o autorización. Como escribe Guillen (2013), el casting para ser actor porno, que tiene lugar en las ediciones de la Expo Sexo, es un clarísimo ejemplo de la interacción que pueden experimentar los/las asistentes y los/las modelos o actores/actrices elegidos/as para poner a prueba a quien se sienta capaz de emular una escena sexual frente a las decenas de curiosos/as que se reúnen para presenciar dichos intentos.

Antes de finalizar este punto es necesario retornar a las modelos de cámara web para enfatizar que ellas también forman parte de este tipo de espectáculos. De hecho, 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 se acercan las fechas en las que se organizan Expos de *webcam sites* o 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, como un reconocimiento al éxito que han alcanzado con sus transmisiones, pero, también, como una estrategia de mercado y publicidad muy atractiva y redituable para que los miembros de *MFC*,



seguidores y amigos<sup>21</sup> de las modelos seleccionadas decidan adquirir una entrada y conozcan e interactúen con ellas en persona.

### **Para cerrar**

Tal 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 que ha favorecido que productos de impresión gráfica, como revistas y fotografías, emigren a formatos digitales exitosamente, compartiendo el mismo espacio junto a otra serie de mercancías muy importantes “como son los videos compartidos y las cámaras web” (Peña Sánchez 2012:48).

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

Aun cuando se percibe un aumento en las posibilidades de las industrias que transitan exitosamente hacia lo digital, en el camino se dejan fuera mercados integrados por otros consumidores que quizá no cuentan con los recursos económicos ni con las habilidades tecnológicas suficientes para acceder a los contenidos disponibles en línea. No obstante, si consideramos que la industria pornográfica forma parte de ese capitalismo salvaje que prioriza las ganancias y los beneficios económicos por sobre todo, se intentaría, tarde o temprano, que los excluidos, mediante distintas estrategias -como aquellos individuos que “se hacen poco a poco de diversos artefactos tecnológicos endeudándose o haciendo esfuerzos laborales extraordinarios” (Díaz y Roque 2014:97)- encuentren la manera de incluirse.

Otro de los aspectos fundamentales que las industrias culturales digitales propician es la creatividad como motor de la innovación. Esta creación de obras “antes inimaginables” se manifiesta, por ejemplo, con la posibilidad de que las personas observen sesiones de sexo en vivo a través de dispositivos tecnológicos, transmisiones que 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*”<sup>22</sup>.

Pero los cambios no son visibles únicamente en la manera de acceder y transmitir los contenidos virtuales. La interactividad, a su vez, genera experiencias que se pueden

---

<sup>21</sup> Aunque en los sitios mencionados solo hemos encontrado seguidores hombres y por ello nos referimos a “los usuarios”, esto no significa que no existan mujeres entre las personas que siguen estas manifestaciones. De todas maneras, no las hemos encontrado durante nuestra investigación.

<sup>22</sup> 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 de retorno activos y con una mayor capacidad de interacción con las audiencias” (Secretaría de Cultura de México 2018:57).

sentir en el cuerpo yendo más allá del contenido intangible que se despliega a través de las pantallas. Todo ello 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 de México 2018:60).

Siendo 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, les ha dado la facultad a los miembros de esa audiencia de emitir a la distancia -a través de los juguetes previamente descritos-, vibraciones y movimientos que se sienten real y directamente en los cuerpos, 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 apunta 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” (2010:91).

Ciertamente, las industrias culturales digitales “configuran nuevas posibilidades de enlace e interacción” (Secretaría de Cultura de México 2018:57), cuestión que está presente y que se reafirma en ciertos contenidos pornográficos diseminados en el ámbito digital. Las páginas de modelos de cámara web y aquellas dedicadas a difundir y compartir videos *amateurs* son ejemplos de esta afirmación. Ambas permiten atestiguar la existencia “de cierta autonomía creativa, aunada a la experimentación/creación de usuarios y de creadores de contenidos” (Urteaga 2012:40). De hecho, nos gustaría plantear que el fenómeno de los modelos de cámara web encontraría cierta proximidad con el desarrollo de la pornografía *amateur/aficionada* gracias a la internet. Y es que, tal como lo apunta Phillips “en ningún momento anterior de la historia tantas personas han producido y compartido su propia pornografía” (2015:77).

### **Bibliografía Citada**

- Adorno, T., y Horkheimer, M. (1988) “La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas”. En *Dialéctica del iluminismo*. Sudamericana.
- Aguinaga Aillón, DJ. (2010) *Pornografía en internet: visualidad y representación corporal*. Tesis de Maestría en Comunicación. Área de Comunicación, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador: Quito.
- Arcand, B. (1993). *El jaguar y el oso hormiguero. Antropología de la pornografía*. Nueva Visión.
- Alpízar Jiménez, R. (2020). *La industria cultural pornográfica digital: Los modelos de cámara web del sitio MyFreeCams.com*. Tesina de Maestría. Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Benjamin, W. [1935]. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Editorial Itaca.
- Cooper, A., Boies, S., Maheu, M., y Greenfield, D. (1999). Sexuality and the Inter-net: The next sexual revolution. In F. Muscarella y L. Szuchman (Eds.), *Thepsychological science of sexuality: A research based approach* (pp. 519–545). New York: Wiley.

- Daneback, K., Cooper, A. y Månsson, SA. (2005). An Internet Study of Cybersex Participants. *Arch Sex Behav*, 34, 321–328. <https://doi.org/10.1007/s10508-005-3120-z>
- Díaz Cruz, R. y Roque de Castro, R. (2014). Reflexiones sobre la construcción del ecosistema doméstico de la tecnología Modalidades de apropiación de las TIC desde la desigualdad. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, 34, 93-104.
- Fechine, Y. (2017). Cultura participativa y narratividad: enfoque sociosemiótico de la transmediación. *Tópicos del Seminario*, (37), 147-165.
- García Canclini, N. (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica en Sunkel, G. (coord.), *El consumo cultural en América Latina* (pp. 26-49). Colombia: Convenio Andrés Bello.
- García Canclini, N. (2002). Las industrias Culturales y el Desarrollo de los países americanos. *Revista Interamericana de Bibliografía*. Recuperado el 5 de julio de 2020 de: [www.oas.org/udse/espanol/documentos/1hub2.doc](http://www.oas.org/udse/espanol/documentos/1hub2.doc)
- Geli, C. (2018, febrero 7). Byung-Chul Han: “Ahora uno se explota a sí mismo y cree que está realizándose”. *Cultura, El País*. [https://elpais.com/cultura/2018/02/07/actualidad/1517989873\\_086219.html](https://elpais.com/cultura/2018/02/07/actualidad/1517989873_086219.html)
- Gosciola, V., Mendes de Carvalho, T. E. y de Oliveira, J. (2019). Cultura colaborativa y cultura participativa en la narrativa transmedia en Villa, M. I., Montoya Bermúdez, D. y Vásquez Arias, M. (Ed.), *Transmedia Earth Conference: Medios, narrativas y audiencias en contextos de convergencia* (pp. 41-58). Editorial EAFIT. DOI: <https://doi.org/10.17230/9789587206289ch3>
- Guillén Rauda, H. D. (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, Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa.
- Hurtado Saa T. (2017). La producción social del mercado del sexo y de la ocupación de trabajadoras sexuales en España. *Revista Colombiana de Antropología*, 54(2), 35-58.
- Kendrick, W. (1996). *The Secret Museum: Pornography in Modern Culture*. University of California Press.
- Lins Ribeiro, G. (2018). El precio de la palabra: la hegemonía del capitalismo electrónico-informático y el googleismo. *Desacatos. Revista de Ciencias Sociales*, (56), 16-33.
- Neely, S. (2010). *Virtually commercial sex. Everyday Pornography*. Routledge.
- Owens, E. W., Behun, R. J., Manning, J. C. y Reid, R. C. (2012). The impact of Internet pornography on adolescents: A review of the research. *Sexual Addiction & Compulsivity*, 19, 99-122.
- Palermo, H. M., Radetich, N. y Reygadas, Luis. (2020). Trabajo mediado por tecnologías digitales: sentidos del trabajo, nuevas formas de control y trabajadores ciborg. *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*, 4(7), 1-35.
- Peña Sánchez, E. Y. (2012). La pornografía y la globalización del sexo. *El Cotidiano*, (174), 47-57.
- Peter, J. y Valkenburg, P. M. (2016). Adolescents and pornography: A review of 20 years of research. *The Journal of Sex Research*, 53(4-5), 509–531.

- Phillips, C. (2015). Self-Pornographic Representations with Grindr. *Journal of Visual Media Anthropology*, 1(1), 65-79.
- Pino, D. y Alfonso, Y. (2011). Las teorías de la interacción social en los estudios sociológicos. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, Servicios Académicos Intercontinentales SL.
- Pyne, S. (2019, agosto 27). This is how porn sites make money | Business Insider India. <https://www.businessinsider.in/this-is-how-porn-sites-make-money/articleshow/48385361.cms>
- Reygadas, L. (2018). Dones, falsos dones, bienes comunes y explotación de las redes digitales. Diversidad de la economía virtual. *Desacatos. Revista De Ciencias Sociales*, (56), 70-89.
- Rose, D. E. (2012). The Definition of Pornography and Avoiding Normative Silliness: A Commentary Adjunct to Rea's Definition. *Philosophy Study*, 2(8). 547-559.
- Secretaría de Cultura de México. (2018). *Mapa de ruta de industrias creativas digitales*, (Primera edición).
- Spielberg, S. (Director). (2018). *Ready Player One* [Película]. Warner Bros. Pictures; Amblin Partners; Amblin Entertainment; Village Roadshow Pictures; De Line Pictures; Access Entertainment; Dune Entertainment; Farah Films & Management. 140 minutos.
- Torres Ruíz, M. Á. (2002). Sexo inorgánico en el ciberespacio: relaciones entre ciencia y pornografía. *Desacatos. Revista de Ciencias Sociales*, (9), 23-56.
- UNESCO. (2009). Políticas para la creatividad. *Expresiones culturales*.
- Urteaga, M. (2012). De jóvenes contemporáneos: Trendys, emprendedores y empresarios culturales en García Canclini, N.; Cruces, F. y Urteaga, M. (Ed.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales* (pp. 25-44). Ariel.
- Vite Pérez, M. Á. (2002). Flexibilidad y regulación laboral: una reflexión sociológica. *Comercio exterior*, 52(4), 362-367.
- Wiki.MyFreeCams.com. (s/f). MyFreeCams Wiki. Recuperado el 29 de octubre de 2021, de [https://wiki.myfreecams.com/wiki/Main\\_Page](https://wiki.myfreecams.com/wiki/Main_Page)
- Yaccuzzi Polisená, V. (2016, diciembre 5). *Interacción: Noción que impacta en antropología y actualiza el concepto de hombre – LA BARBA DI DIOGENE*. La Barba Di Diogene. Rivista di filosofia, critica, ricerca, attualità. <https://rinabrundu.com/2016/12/05/interaccion-nocion-que-impacta-en-antropologia-y-actualiza-el-concepto-de-hombre/>
- Yehya, N. (1996). Pornografía y obscenidad. La crítica de la cultura desde sus márgenes. *Revista de la Universidad de México*, 8-13.
- Yehya, N. (2001, agosto 1). *De la sociedad victoriana a la era de la hiperinformación* | Nexos. <https://www.nexos.com.mx/?p=10086>



**Rodrigo Alpízar Jiménez** es Licenciado en Antropología Social y Magíster en Ciencias Antropológicas, actualmente estudiante de Doctorado en el Posgrado de Ciencias Antropológicas, perteneciente al Programa Nacional de Posgrados de Calidad Conacyt (PNPC) en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.

**Adriana Robledo Sánchez** es Licenciada en Antropología Social por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa y Magíster en Comunicación y Cultura Digital, por la Universidad Autónoma de Querétaro, México. Actualmente es estudiante de Doctorado en Ciencias Sociales y Humanísticas perteneciente al Programa Nacional de Posgrados de Calidad Conacyt (PNPC) en el Centro de Estudios Superiores de México y Centromérica de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, México.