

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS / FACULTAD DE HUMANIDADES / CAMPUS VI

TESIS

PORNO ON&LINE COMO CONSUMO CULTURAL

Tesis para obtener el grado de Maestro en Estudios Culturales

Presenta

Venustiano Toledo Mares

Director de tesis

Dr. Fernando Rey Arévalo Zavaleta





FACULTAD DE HUMANIDADES CAMPUS VI
COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
ÁREA DE TITULACIÓN



F-FHCIP-TM-016

AUTORIZACIÓN/IMPRESIÓN DE TESIS/MAESTRÍA

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas noviembre 29 del 2017
Oficio No. CIP/389/17

C. TOLEDO MARES VENUSTIANO

Promoción: 1º

Matrícula: 13061024

Sede: Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

Presente.

Por medio del presente, informo a Usted que una vez recibido los votos aprobatorios de los miembros del **JURADO** para el examen de grado de la **Maestría en Estudios Culturales** para la defensa de la tesis intitulada:

"PORNO ON-LINE COMO CONSUMO CULTURAL "

Se le **autoriza la impresión de Siete ejemplares y tres electrónicos (CDs)**, los cuales deberá entregar:

- Una tesina y un CD: Dirección de Desarrollo Bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas.
- Un CD: Biblioteca de la Facultad de Humanidades C-VI.
- Seis y un CD: Área de Titulación de la Coordinación de Investigación y Posgrado de la Facultad de Humanidades C-VI, para ser entregados a los Sinodales

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

ATENTAMENTE

"POR LA CONCIENCIA DE LA NECESIDAD DE SERVIR"

MTRO. FREDY VÁZQUEZ PÉREZ
COORDINADOR



POSGRADO DE HUMANIDADES
CAMPUS VI
COORDINACIÓN DE
INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

C.c.p.- Expediente/Minutario.

Este trabajo fue realizado gracias al financiamiento que recibí como becario (561442) de la Maestría en Estudios Culturales de la Universidad Autónoma de Chiapas, otorgado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología durante el período agosto 2013/Julio 2015.

Dedicatorias

A mi familia

Agradecimientos

Esta indagación no se hubiera logrado sin la amabilidad de mi director de tesis el Doctor Fernando Rey Arévalo Zabaleta, ya que ha confiado en mi capacidad para concretar ideas.

Al mismo tiempo al Doctor Sarelly Martínez Mendoza, por la confianza que empuñó en este proyecto.

A mis compañeros de la línea de investigación Información, Comunicación y Cultura (Mario, Julio, Antoni y Luis) quienes siempre fueron de apoyo en momentos críticos.

A mi familia por escucharme hablar todo el tiempo de este interesante proyecto.

Al CONACYT y a la MEC por el apoyo y la confianza para realizar este trabajo lleno de curiosidad.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO 1. DE LOS ESTUDIOS CULTURALES A LA PORNOGRAFÍA	14
1.1. ESTUDIOS CULTURALES	14
1.1.1 CULTURA PARA ESTUDIOS CULTURALES	15
1.2 ESTUDIOS CULTURALES EN LATINOAMÉRICA	17
1.3. CONSUMO CULTURAL	21
1.3.1 CONSUMO	22
1.3.2 CONSUMO CULTURAL	26
1.4 MEDIACIONES	37
1.4.1 MEDIACIÓN INDIVIDUAL.	42
1.4.2 MEDIACIONES SITUACIONALES E INSTITUCIONALES	42
1.5 JUVENTUDES	44
1.5.1 JUVENTUD-JUVENTUDES	44
1.5.2 JUVENTUDES: JUVENTUD CONSUMIDORA	50
CAPÍTULO 2. LA PORNOGRAFÍA Y TODO AQUELLO QUE SE DESCONOCE	60
2. VENTANA PORNOGRÁFICA	60
2.1 EROTISMO.	61
2.2 PORNOGRAFÍA	63
2.2.1 EL CAMINAR DE LA PORNOGRAFÍA	64
2.3 ¿ENTONCES QUÉ DIFERENCIA LO PORNO DE LO ERÓTICO?	72
2.4 GÉNEROS PORNOGRÁFICOS.	75
2.4.1 AMATEUR	76
2.4.2 SOFTCORE	77
2.4.3 HARDCORE	79
2.5 PORNOGRAFÍA EN MEDIO DIGITALES COMO MEDIACIÓN DE LA SEXUALIDAD.	82
CAPÍTULO 3 CONTEXTO Y HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN	88
3.1 ¿DÓNDE SE REALIZÓ LA INVESTIGACIÓN? Y ¿POR QUÉ AHÍ?	88
3.2 METODOLOGÍA.	90
3.2.1 ENCUESTAS	91
3.2.2 OBSERVACIÓN PARTICIPANTE	92
• EL CINE REX	93
• EL CIBER REX	93
• CABINA PRIVADAS DE LA SEXSHOP 60º	93
• FESTIVAL POS-PORNOGRÁFICO	93
• CONSULTA DE PÁGINAS PORNOGRÁFICAS	93
3.2.3 ENTREVISTA A PROFUNDIDAD	93
3.2.4 FOCUS GROUP	96
CAPITULO 4 ANÁLISIS DE RESULTADOS	98
4.1 RESULTADOS	98

4.1 ANÁLISIS DE ENCUESTAS	101
4.2 ANÁLISIS DE ENTREVISTAS	107
4.2.1 DISTINCIÓN ENTRE CONSUMIDORES DE PORNOGRAFÍA	108
4.2.2 OBJETIVACIÓN DE LOS DESEOS SEXUALES A TRAVÉS DEL CONSUMO PORNOGRÁFICO	111
4.2.3 EL CONSUMO PORNOGRÁFICO COMO PROCESO RITUAL DE LA SEXUALIDAD	114
4.3 INTEGRACIÓN DE RESULTADOS	116
REFERENCIAS	122
ANEXO 1 (EVIDENCIA FOTOGRÁFICA)	127
CONSUMOS PORNOGRÁFICOS	127

INTRODUCCIÓN

A la edad de once años, mientras cursaba el último grado de primaria, quien esto redacta era el chico que buscaba la forma de encajar en la comunidad estudiantil contando chistes, haciendo payasadas, obsequiando detalles a los compañeros; entre otras cosas, todo con tal de llamar la atención de aquellos con los que se deseaba departir, pero siempre con poco éxito.

Un día en clases mientras se realizaban las tareas escolares, un grupo de compañeros se ponía de acuerdo para hacer una *pijamada*; escuchar la organización generó un sentimiento de tristeza, una vez más no había sido convocado al festejo. Era el último año de la primaria, meses antes, una intervención quirúrgica había provocado la inasistencia al viaje escolar y varios eventos que organizaba la primaria, ante ese repertorio de eventos perdidos, se tomó la decisión de dejar de hacer la actividad de clase para acercarse al grupo para preguntar: “¿De qué hablan? ¿Por qué no invitan? Quisiera ir.” Los compañeros no hicieron caso, sin embargo Geovanni, el anfitrión de la fiesta, de familia cristiana, detuvo a todos y dijo: “Esperen, el Venus quiere ir”. Guardando silencio, una comezón invadió la boca del estómago, mientras lo demás decían “Cómo quieras, es tu casa.” Geovanni entregó una invitación del tamaño de media carta, con ornamentos de fiesta infantil: globos, osos de peluche y espantasuegras eran parte del fondo de la tarjeta que decía: Te invito a mi *pijamada* y en la parte superior

de la invitación escrito con lápiz: “Para: Venustiano”. Recibir esa invitación fue un logro del primer momento de vida.

Se arribó a la hora citada, todos los compañeros estaban ahí: Marco, Sergio, Horacio, David, Geovanni, Carlos Mario y yo, al llegar los invitados se dirigieron directo al cuarto del anfitrión, en ese momento Geovanni dijo: –A lo que venimos- sacó debajo de su cama un DVD y lo empezó a reproducir en el televisor.

Ellos no habían dicho qué sería lo que se vería, es más, no platicamos nada respecto a la cena o a los juegos, fuimos a la acción, en directo para ver el contenido de ese video. Cuando Geovanni presionó el botón *play*, un mundo desconocido y del cual después me empezaría a preguntar muchos años posteriores estaba pasando sobre mis ojos: **Pornografía**.

Quien redacta esto recuerda ese video de una mujer siendo penetrada por un varón, no se escuchaba mucho porque le habían bajado volumen al televisor. La garganta se secó, el estomago se comprimió y la hilaridad hizo acto de presencia.

Esa misma tarde de un momento a otro se aprendió que un pene no solo servía para orinar, sino también para reaccionar ante ciertos impulsos sexuales que generaban las imágenes de aquella pantalla, ante esa erección no se sabía qué hacer, después de estar viendo se decidió voltear y observar a los compañeros de clase masturbándose mientras veían el video.

Es entonces que se comprendió que la pornografía podría ser útil como herramienta para hacer real los deseos, eso que no se podía ver (aún) y que no se podía hacer; la pornografía lo facilitaba dejando en claro qué son los genitales y las relaciones sexuales.

Se había conocido lo que era el porno, pero ¿Dónde lo conseguiría? Es entonces que a finales del siglo pasado la primera computadora de escritorio había llegado a la casa, una computadora marca Alaska con Windows 98, dispositivo del cual solo se sabía utilizar como máquina de escribir, de juegos y papel para dibujar.

La computadora era utilizada por dos integrantes de la familia: padre y primogénito; el primero lo utilizaba para su trabajo y el segundo meramente para puro entretenimiento.

Esa computadora, después de haber conocido lo que era **pornografía** en casa de Geovanni tomó otra función. Primero sólo servía como reproductor, justo meses después de aquella experiencia, llega un elemento pilar para el consumo de este producto: el **internet**, una vez instalado y activado, lo primero que se decidió escribir en el buscador fue: “Videos porno”.

La aventura había comenzado, video tras video, fotos, grabar discos (para verlos en casa de otros amigos o compartirlos), se había vuelto un hábito, construyendo así una forma de lo que es el sexo, las mujeres, los hombres, la sexualidad, el erotismo y el cortejo.

Los bacanales que ofrecía Calígula en el imperio Romano quedarían cortos ante las prácticas que se podían (y pueden) ver en la internet, en donde la creatividad es el límite del placer y deseo sexual.

Es por eso que en el siguiente trabajo de investigación se abordará el consumo cultural de los jóvenes universitarios interesados en pornografía, para conocer cuál es uso y apropiación que estos hacen de dicho producto.

CAPÍTULO 1. DE LOS ESTUDIOS CULTURALES A LA PORNOGRAFÍA

1.1. Estudios culturales

Al encontrarnos en un contexto globalizado, donde los futbolistas son gobernantes y las actrices diputadas, surge la necesidad de poder conocer lo que los productos de dicha globalización han dejado y han hecho que otros muten, para ello en el siguiente capítulo se expondrá un recorrido histórico sobre el surgimiento de esta área del conocimiento y se dará a conocer el porqué es parte esencial de dicha investigación.

Los Estudios Culturales (EC) nacen como una necesidad de crítica “... a la llamada globalización de la sociedad” (Pons, 2013, P.19) en donde la hegemonía se hacía presente en varios sectores de la sociedad y promovido de forma directa con la economía y los medios masivos de comunicación.

Ante una necesidad de poder analizar estos elementos en un todo, nace la investigación transdisciplinaria que “... hace referencia a lo que simultáneamente es entre disciplinas a través de diferentes disciplinas y más allá de toda una disciplina. Su finalidad es la comprensión del mundo presente, uno de cuyos imperativos es la unidad del conocimiento.” (Nicolescu en Pons, 2013, P.19) esta área del conocimiento no pretende acaparar todo para hegemonizar su razón, sino lo contrario, para explicar de distintos enfoques las múltiples dimensiones del sujeto que este presenta, y ¿Por qué múltiples dimensiones del sujeto? Porque con esto se hace referencia a los elementos que conforman su contexto y para poder explicar esto es importante explicar el concepto *cultura*, para ello se

presenta en los siguientes apartados lo que para esta investigación es cultura.

1.1.1 Cultura para Estudios culturales

La primera referencia suele ser etimológica porque, en algún momento; en algún contexto, se nombró de esa manera primigenia a ese fenómeno, y es que se le llamó *cultura* a la acción de cultivar y/o cultivarse, es ahí donde se tiene una aproximación de lo que pronto se conocerá como cultura: una persona que se cultiva; sin embargo la etimología deja de ser útil cuando se conoce que la cultura no solo pertenece a las personas que “se cultivan” a través de libros, películas y/o música, sino que es un término que tergiversa con otros elementos como “... dimensión y expresión de la vida humana, mediante símbolos y artefactos.” (Szurmuk, 2009, P.72) estas particularidades complejas y abstractas dan pauta para descentralizar a la cultura como un concepto que solo pertenece a la clase “culto”, porque se cuenta con un sistema de expresiones y símbolos para dar a entender un contexto (su contexto), dejando en evidencia que las personas que no tienen un consumo “culto” también conciben al mundo mediante expresiones y símbolos lo cual estos elementos son útiles para identificar a la cultura.

Otra de las dimensiones de la cultura es con las relaciones de poder “... es el espacio de los movimientos simbólicos de grupos que tejen relaciones de poder.” (Szurmuk, 2009, P.72) y no en particular al poder hegemónico que maneja Gramsci, sino también a estas relaciones las cuales son dinámicas, que propone Foucault, considerando que la cultura también practica la hegemonía desde el momento que se concibe una identidad y otredades, sin embargo estas dimensiones planteadas dejan sesgos, lo cual este término de cultura no abarca lo suficiente para este trabajo de investigación.

Después de considerar los conceptos de cultura desde las relaciones de poder, la etimología de “cultivarte” y como forma de expresión, los estudios culturales proponen a la cultura como “...los procesos de transformación que son resultado de los intercambios permanentes de diversas índoles (económicos, políticos, sociales, de información, etc.) que se realizan entre personas, grupos y sociedades en la sociedad globalizada” (Pons, 2013, P.18) este concepto deja en evidencia las relaciones de poder, el consumo, los políticos, las sexualidades, las diversidades de percibir el mundo a través de pequeños segmentos los cuales son nichos de análisis para medir el impacto de la globalización y de los sujetos que viven en ella, es por ello que este concepto de cultura es el más idóneo para este trabajo de investigación.

Ahora bien, para el ejercicio transdisciplinario existen razones (y áreas) para poder realizar esta clase de investigación, las cuales propone Ramírez (2007):

- La primer alude al contexto de la globalización.
- La segunda razón entra con las industrias culturales

Esta categoría es lugar de convergencia de muchas acciones, relaciones e instituciones que despiertan los más variados intereses disciplinares, en tanto sirven de dinamizadores de lo social y van reconfigurando viejas formas de ver y de hacer cultura, además de generar otras nuevas a velocidades vertiginosas. (Ramírez, 2007)

- La tercera razón son los consumos culturales considerados como “una práctica sociocultural en la que se construyen imaginarios, significados y sentidos de vida.” (Ramírez, 2007)
- La cuarta razón es la necesidad de crear nuevos paradigmas en las ciencias sociales.
- Y la quinta razón es la propuesta que hace Ramírez que “...está relacionada directamente con el aporte de los estudios de la cultura y la

gestión cultural, a la definición de lineamientos de la política cultural y educativa nacional.” (Ramírez, 2007)

Estas razones proponen un panorama sobre las áreas de interés de los estudios culturales, sin embargo cabe destacar que cada sector del mundo tiene sus particularidades y sus intereses a investigar, claro, dependiendo del contexto y los acontecimientos socio-historicos-culturales que esté atravesando dicho territorio, como es en el caso de Canadá y el tema de las minorías indígenas (Sardar,2005); Australia y su nacionalismo en la cinematografía, la historia y la teoría literaria (Sardar,2005); Francia y su estudio de identidad y migración (Sardar,2005); el sur asiático y la crítica a la modernidad y a la razón occidental (Sardar,2005); y Latinoamérica y su estrecha relación con los medios masivos de comunicación (Escosteguy,2002), este último dará razón para el siguiente trabajo de investigación, el cual es un área que ampliaremos en el siguiente apartado.

1.2 Estudios Culturales en Latinoamérica

El campo de estudio al que corresponde esta investigación va con relación al territorio latinoamericano, considerando que en México la lengua predominante es el español (González, 2011) lengua procedente del latín y no dejando a un lado su posición geográfica, es por eso que se considera recalcar latinoamericano por el contexto que esta se desarrolla.

Entonces, dado el contexto, el siguiente trabajo responde al campo de estudio en Latinoamérica y su relación con los medio masivos de comunicación los cuales “han intentado dar cuenta de diversos fenómenos, tanto culturales como políticos, a partir del estudio de las relaciones entre comunicación y cultura.” (Escosteguy, 2002, P.37) esto no significa que la comunicación y la cultura sea particular de los estudios culturales latinoamericanos porque una de las bases de los estudios

culturales es conocer cómo “... la práctica cultural lleva a los diferentes grupos y clases a luchar por el predominio cultural.” (Sardar, 2005, P.26) y una de las importantes herramientas para llevar a cabo estas prácticas es a través de elementos simbólicos en los medios de comunicación. Sin embargo, Latinoamérica se apropia de los estudios con los medios, dado por la influencia que tiene por parte de Estados Unidos considerando que los EC en este país respondían a “... un compromiso [...] con la política de la identidad social.” (Sardar, 2005, P.57) la cuál consistía en institucionalizar los estudios culturales con otros intereses políticos y académicos en pro de la cultura norteamericana, por medio de la academia y promocionado por los medios de comunicación.

En cambio en Latinoamérica se empieza a hacer EC desde...

...eventos propios a los contornos de las naciones -la efervescencia social, la consolidación de los mercados culturales y, también, el desarrollo de algunas industrias culturales regionales [...] que extrapolaron las fronteras nacionales- contribuyeron a la formación de esa perspectiva. Por otro, la situación internacional, esto es, el proceso de globalización y sus efectos en las esferas económica, política y cultural, también, ejerció influencia. Es en la convergencia del proceso de globalización con el movimiento de intensa transformación de la arena política local que germina una valorización diferente de lo que puede ser considerado como cultural. (Escosteguy, 2002, P.40)

Con este contexto e intereses a investigar, Latinoamérica empieza a querer conocer la información que llega de nivel global para sus localidades, estos procesos que se dan a través de comics, telenovelas, música, películas, libros, entre otros elementos que tiene contenidos ajenos a su contexto, son con estos productos de la globalización que buscaron ser explicados, por los propios EC en Latinoamérica.

Es entonces que para comprender este fenómeno se necesita ver desde distintas dimensiones y para esto se sugiere hacer uso de otras disciplinas

y así poder obtener un mayor acercamiento a los objetos de estudio que los EC latinoamericanos sugieren, es por eso que los estudios en comunicación comienzan a tener una estrecha relación con los EC, como menciona Escosteguy “Este tipo de análisis (el de comunicación) trae la marca de multi/interdisciplinareidad o el sentimiento de que una única disciplina no da cuenta de la complejidad del momento en foco.” (2005,P.38) es por ello que la transdisciplinareidad es un elemento de la comunicación que coincide con los EC, una práctica para comprender un fenómeno desde varias aristas, ya que no se puede explicar la globalización sin la economía (como industria) y sin la sociología (como consumo y/o el fenómeno social de apropiación ante ciertos productos), así también, se considera que esta área del conocimiento es “interdisciplinaria porque hay un intercambio de métodos entre las distintas miradas de las disciplinas y utiliza métodos prestados de otras ciencias y es transdisciplinaria porque la disciplina comunicación comparte sus resultados que llevaron a cabo las investigaciones de las teorías de comunicación.” (Longo, 2012, P.6) esto deja en evidencia la complejidad en la que se adentra los EC latinoamericanos al esforzarse en no dejar afuera ningún arista y poder entender y explicar cualquier fenómeno que se presente ante Latinoamérica, por ello la comunicación es una “disciplina” necesaria para esta área del conocimiento.

Así mismo se encuentra otro aporte de la comunicación en los EC al no dejar afuera que es “...una mirada interdisciplinaria que entiende los procesos culturales como interdependientes y no como un fenómeno aislado.” (Escosteuy,2005,P.38) elementos como la historia, la política, el sujeto y los medios pueden influir en la toma de decisiones para la construcción cultural del sujeto, se podría investigar desde una postura en la cual se estarían dejando afuera otros elementos para su estudio y análisis, por eso la comunicación como disciplina dialoga con los EC considerando que se encuentran en un campo transdisciplinar donde la

sociología, la economía, la historia, la psicología, la antropología y entre otras ciencias sociales constituyen “...una vertiente de los estudios culturales con fuerte atención en la base social de los procesos culturales.” (Escosteuy, 2002, P.38) con el afán de considerar los ángulos posibles para comprender dichos fenómenos.

Ahora bien, este interés transdisciplinar de la comunicación de explicar los fenómenos sociales en Latinoamérica tiene como uno de sus objetos de estudios la cultura popular, es con esto que encuentra la comunicación un diálogo primordial con el campo de los EC al considerar que para ambas son las minorías sujetos de estudio, sin embargo, para la comunicación en Latinoamérica, estas minorías no tienden a ser lo popular sino las subordinadas ante un mercado globalizador “la cultura popular contemporánea se constituye a partir de los medios electrónicos, no es resultado de las diferencias locales sino de la acción homogeneizadora de la industria cultural.” (Canclini, 1987, P.5) Sin embargo, ante las prácticas interdisciplinarias existe una yuxtaposición al considerar el enfoque crítico que propone los EC, los cuales “...reconocen la capacidad de los sujetos sociales de manifestar diferentes prácticas simbólicas situadas en un determinado contexto histórico.” (Escosteuy, 2002, P.41) en donde el sujeto es activo y discute a partir de experiencias y su historia, aportando a la comunicación que lo popular es una “...posición múltiple, representativa de corrientes culturales diversas y dispersas, que reclaman dentro de un sistema cuyo desarrollo tecnológico establece una intercomunicación masiva permanente.” (Canclini, 1987, P.8) un aporte que da paso a un triángulo disciplinar: comunicación, sociología y antropología (Escosteuy, 2002) .

Ante la propuesta de este triángulo disciplinar coincide que “todos configuran un pensamiento político cultural que indaga sobre el lugar que ocupan las actividades relacionadas con los medios de comunicación en la

comprensión del campo cultural contemporáneo” (López, 1998) en donde estos elementos simbólicos son trasladados a través de las herramientas de comunicación masiva y observando la autonomía de la persona para tomar decisiones ante dicho fenómeno ideológico, sin embargo es en esta brecha donde proviene la propuesta de Latinoamérica con Martín Barbero, con su tema de las mediaciones, tema que se desarrollará más adelante, la cual sugiere considerar no hacer foco de forma directa a los medios sino a las mediaciones, a conocer estos procesos dinámicos de comunicación y rompe con la propuesta de un medio de comunicación direccional, al decir que el sujeto toma decisiones a partir de otras concepciones sociales, históricas, culturales, investigaciones que han ido creciendo con Guillermo Orozco y Martín Serrano.

1.3. Consumo Cultural

Respecto al apartado anterior, cabe rescatar que en la línea latinoamericana de los EC el consumo cultural es uno de los representantes en esta área del conocimiento, que expone y sitúa las relaciones de poder, y el uso y apropiación de los productos que hacen los sujetos con relación a lo hegemónico, este concepto, abanderado por Néstor García Canclini con su libro *Consumos culturales en México* (1993) presenta un panorama de lo que es el consumo cultural y los fenómenos que este pueda generar en los sujetos y en momento posterior a la sociedad.

Después de lo cual se presenta un terreno amplio de las concepciones que conlleva el consumo cultural, sin embargo se propone para esta investigación hacer un recorrido sobre el consumo (para el marco conceptual) y así construir el concepto y modo de uso del consumo cultural (CC) idóneo para este trabajo de investigación.

1.3.1 Consumo

El consumo es un verbo, inherente a los sujetos de la sociedad moderna y posmoderna, un verbo que no se ha dejado de practicar y se presume para la perpetuidad, si se considera que “... el consumo es una condición permanente e inamovible de la vida y un aspecto inalienable de ésta, y no está atado ni a la época ni a la historia” (Bauman, 2007, P.43). Sin duda alguna este comportamiento primitivo que hacemos desde el comer y expresamos al desechar, se ve plasmado en la vida misma, tal vez la práctica del consumo no sea dependiente del tiempo y el espacio, pero sí las formas; hay elementos que dictan cómo y qué consumir, sin embargo con el fin común: consumo.

Para comenzar esta discusión teórica de consumo se tiene un primer acercamiento, como “El acto o proceso de obtener utilidad de una mercancía o servicio.” (Sabino, 1991, P.111) es una acción en donde la responsabilidad de compra y/o adquisición va directo al consumidor (sujeto que se abordará más adelante), un término pragmático perteneciente a las teorías económicas en donde el sujeto adquiere un producto, la cual ofrece alguna industria y el consumidor decide cómo hacer útil el producto y/o servicio. Se integra la capacidad cognitiva del sujeto para decidir, un acto flexible, no propio de la economía ortodoxa.

Sin embargo ante esta “flexibilidad” de decidir, el objetivo de la industria es que se consuma ya que es también “... un medio para renovar la fuerza de trabajo para expandir el capital.” (Canclini en Almedia, 2013,P.9) si, se decide, el sujeto puede consumir ante la gama de posibilidades y productos que existen en el mercado, pero la economía no plantea no consumir, porque esta acción es un acto de producción para que las industrias sigan creciendo, partiendo de la dicotomía industria-consumo, la cual no puede existir una si no existe la otra.

Al observar esta interacción, observamos que hay relaciones, éstas relaciones son particulares de los humanos, como los sujetos que están detrás de las industrias y del consumo, personas con historias de vida, con experiencias, gustos y subjetividades. Al contemplar esto, el consumo empieza una concepción que “... deja de ser un proceso meramente económico para convertirse en un proceso cultural” (Slater en Almeida, 2013, P.9) proceso, en el cual intervienen numerosos factores para tomar la decisión del producto una de ellas: el contexto y sin dejar afuera este elemento subjetivo que se abordó en apartados anteriores: la cultura.

Por tanto, el consumo se lleva a cabo a través de un producto, este producto tiene una carga simbólica: por una parte de la industria y del otro lado, el que consume; al encontrar que el consumidor le da un uso al producto, entonces este lo concibe a su contexto, entonces, no se aborda al consumo como un acto pragmático de la economía; tampoco como un parteaguas de la teoría de usos y gratificaciones que menciona Lazarsfeld y Fromm, sino una propuesta de análisis donde “...el consumo es un proceso y una práctica cultural y, por lo tanto, no puede analizarse dejando de lado la dimensión simbólica del mismo.” (Bermúdez,2001,P.9) haciendo alusión a las disciplinas que puedan analizar esta arista no propias de la economía.

Es entonces donde el consumo, se traslada a un plano social, puesto que la creación de un producto y/o servicio tendrá una reacción social, libre de expectativas, porque es el sujeto que propone su uso como menciona Canclini “...el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (1993, P.24) el consumo es un acto donde el sujeto toma decisiones a partir de su cultura para adquirir y hacer uso de la mercancía, aquí las teorías económicas son una detonante que no consideran ciertas dimensiones del consumo

mientras que las ciencias sociales tratan de explicarlas y una de estas dimensiones (gran dimensión) es la cultura.

Con relación al párrafo anterior propone Bourdieu (1998) al consumo como una actividad de distinción entre clases sociales, en donde existen signos y símbolos que evidencian a las otredades a través del producto “...el consumo comporta símbolos, signos, ideas y valores y estas son el producto de los condicionamientos de clase [...] es decir, las estructuras mentales a través de los cuales aprehenden el mundo social y orientan sus prácticas. (Bourdieu en Almeida, 1996, P.9) el consumo como una diferenciación, estas distinciones están cargadas por el peso simbólico que la sociedad ha estructurado a través de ¿Quiénes? ¿Cuándo? y ¿Dónde? Se hacen dichos consumos, se observa otro elemento cultural que es la construcción social de los productos, el consumo responde a las necesidades de clases en donde están sujetos para distinguirse de los demás y esta distinción se denota en los símbolos, signos, ideas y valores condicionados por las estructuras sociales.

Ahora bien, al estar en el plano de los estudios culturales no se piensa hablar del consumo como un ramo económico, como ya se ha mencionado en párrafos anteriores, sino hablar en el plano de lo social, por eso se trata de ver al consumo para esta investigación “...como el más potente para abarcar las dimensiones no económicas en relación con otras nociones afines: recepción, apropiación, audiencias o usos.” (Canclini, 1993, P.25) por lo que se coincide con Canclini al nombrar: *consumo* como un objeto de estudio donde se podrían rescatar infinidad de evidencias que muestren cómo se dicta en la sociedad: cómo y con qué consume, por qué consume y para qué consume.

Los autores citados viran su observación de consumo en un plano social, donde dimensiones como el contexto, la historia, las subjetividades, las

personas, la política; es decir: la cultura, son elementos que se usarán para conocer y evidenciar si hay nuevas prácticas del consumo pornográfico en este siglo y el sentido que se le da al consumo.

1.3.2 Consumo Cultural

En apariencia se ha hecho uso discriminatorio de consumo y de Consumo cultural (CC); sin embargo hay que recordar que para este trabajo será pertinente usar estos términos por separado, para comprender el contexto en el que se está trabajando (Latinoamérica) y al ser una propuesta que nace en este territorio, vale la pena seguir construyendo.

Entonces, el consumo como categoría abstracta, no solo se encuentran bienes materiales sino un interminable debate de lo tangible con lo subjetivo, es por eso que se ha investigado la forma de conocer que hay dentro del consumo y por ende del producto, es con Baudrillard, desde la semiótica que propone un consumo (inicio de lo que conocemos como CC) como “...una actividad de manipulación sistemática de signos.” (Baudrillard, 1969, P.224) el autor considera que independiente a la sustancia del producto y el producto físico, existe una manipulación mediada por los antígenos, estas estructuras que cuida nuestra psique, sin embargo en este pequeño conflicto empieza un diálogo para dar sentido al producto.

Del mismo modo en donde la subjetividad del consumo se traslada para darle sentido a esa acción por parte del consumidor; existe también una propuesta desde de la industria: “Hoy en día, todos los deseos, los proyectos, las exigencias, todas las pasiones y todas las relaciones se abstraen (o se materializan) en signos y en objetos para ser comprados y consumidos” (Baudrillard,1969,P.224) se observa el interés de la industria para materializar lo que busca el consumidor, mientras considera su contexto para generar dichos productos, y tengan impacto en el mercado; sin embargo se habla de una objetivación y/o materialización, elemento

que no se deja afuera, cuando se considera que el producto es manipulable y conlleva una carga de signos y símbolos que el consumidor busca y encuentra en esos bienes para darle sentido al producto, independiente al que la industria busca considerando este último apartado como “una piedra angular sobre las prácticas de consumo” (Gonzalo, 2014, P.3) este supuesto sobre la materialización de la subjetividad, se acompleja para esta investigación al tocar los signos como pilares centrales para el entendimiento de esta propuesta, por esa razón no se abordará en esta indagación.

Por otro lado, más adelante se presentarán unas investigaciones lideradas por el francés Pierre Bourdieu, interesado de igual manera por el consumo, en donde preguntas como ¿Qué define su consumo? guiaron y aportaron mucho a la definición del objeto de esta investigación, donde se puede apreciar categorías inspiradas en el marxismo como en el libro *La distinción* (1998) y *Las cosas dichas* (1996) donde el “...consumo comporta símbolos, signos, ideas y valores y estas son el producto de los condicionamientos de clase y del habitus.” (Bourdieu en Bemúdez, 2001, P.8) considerando el habitus como “... estructuras cognitivas y evaluativas que adquieren a través de las experiencias duradera de una posición en el mundo social.” (Bourdieu, 1996, P.134). Entonces esta propuesta del investigador francés aporta que todo consumo es condicionado por estructuras y superestructuras sin dejar a un lado la construcción que el mismo sujeto hace, pero mediado por el mundo social.

Otra propuesta nace en México y es retomada como uno de los primeros escenarios para el investigador Nestor García Canclini donde se hicieron las primeras investigaciones sobre públicos, percepción, arte, consumos y clases (Canclini, 1991) sin embargo fue ahí, donde nace el parte aguas entre consumo y la necesidad de conocer y explicar el Consumo Cultural, dicha diferenciación se explicó en párrafos anteriores.

Sin embargo no se hará a un lado la incomodidad del autor para hacer dicha diferencia, la cual está alejada de las concepciones naturales y conductistas de compra-venta, compra-consumo, la complejidad de esta objeto de estudio nace por las dimensiones económicas y sociales que esta tiene, por esa misma razón propone seis modelos teóricos las cuales son punto importante para explicar el Consumo Cultural.

- Modelo 1. El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y expansión del capital (Canclini, 1993, P.25)
- Modelo 2. El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social (Canclini, 1993, P.26)
- Modelo 3. El consumo es un lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos. (Canclini, 1993, P.27)
- Modelo 4. El consumo como sistema de integración y comunicación (Canclini, 1993, P.28)
- Modelo 5. El consumo como escenario de objetivación de los deseos (Canclini, 1993, P.30)
- Modelo 6. El consumo como proceso ritual (Canclini, 1993, P.31)

Al darnos estas propuestas el mismo autor explica que “ninguno es autosuficiente y, sin embargo, aún es difícil establecer principios teóricos y metodológicos transversales que los combinen.” (Canclini, 1993, P.33) de los cuales solo son esquemas generalizados aplicables a toda clase de consumo (Canclini, 1993).

Dado al modelo que el investigador aporta, se ve necesario definir el concepto de consumo cultural a partir de los seis modelos propuestos, porque al no ser autosuficientes encontramos que el consumo cultural esbozo de estos seis modelos es lo que se define como “... el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en lo que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos

últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica.” (Canclini, 1993, P.34) la propuesta de este autor aunado a los modelos que se presentaron, explica que el consumo no puede ser visto desde un solo enfoque, sino que habría que detallar y concebir al consumo como otras formas de uso y apropiación, de la cual se podría conocer desde distintos ángulos ¿Cuál es la configuración que los sujetos hacen a dicho producto?

Así también el consumo tiene un proceso de mediación en el cual se muestra el conjunto de procesos, este conjunto pone al sujeto a reflexionar (de manera consciente o inconsciente) del qué hace con el producto que está consumiendo, independiente al uso mercantil que éste tenga; por ejemplo, si se busca en internet “otros usos de la Coca-Cola” se puede encontrar una serie de propuestas por consumidores, ahora bien consideremos que, la Coca-Cola es una bebida que se adquiere para beber (el uso propuesto por el mercado) y que en internet se encuentran propuestas donde el uso de esta bebida, alta en calorías, es como liquido quita oxido , como limpia caños e incluso como una ablandador de carne, este uso que es propuesto por los consumidores (independiente de estar en contra o a favor de este producto) muestra la otra cara del consumo a partir de la “autonomía” que el sujeto quiera hacer con este producto según sus necesidades. Tal vez el ejemplo anterior esté realizado por sujetos que estén en contra de este producto o en realidad están proponiendo formas de uso y, claro, de apropiación de esta bebida.

Es entonces que el Consumo Cultural no solo responde a ciertas disciplinas y que no puede explicarse desde un punto de vista porque se estaría dejando afuera elementos claves para la construcción de esta apropiación, es entonces que se propone para este trabajo de investigación la definición del consumo cultural que propone Nestor García Canclini, así también se considera la justificación de esta propuesta de trabajo considerando al consumo cultural como un acto de cultura:

Si la apropiación de cualquier bien es un acto que distingue simbólicamente, integra y comunica, objetiva los deseos y ritualiza su satisfacción, si decidimos que consumir, en suma, sirve para pensar, todos los actos de consumo [...] son hechos culturales. (Canclini, 1993, P.33)

Porque para tomar una decisión del uso de este producto tergiversa una serie de situaciones de toma de decisiones y las mismas pueden ser tomadas a partir de necesidades o experiencias que el sujeto ha vivido, construidas o no a partir de sus prácticas culturales.

Por esa misma razón el CC no solo aborda a los productos culturales que promueven la “alta cultura” como museos, salas de concierto, teatros, entre otros; sino “también abarca aquellos productos muy condicionados por sus implicaciones mercantiles (los programas de televisión) [...] pero cuya elaboración y cuyo consumo requieren un entrenamiento prolongado en estructuras simbólicas de relativa independencia.” (Canclini, 1993, P.34) este abordaje a otros productos surge por cuestiones culturales en donde también se observa autonomía a partir de los productos al depender de sus contenidos, como bien es la pornografía un producto autónomo porque responde a sectores de estructuras simbólicas en el plano de lo sexual, y en donde es un producto que surge desde lo “prohibido”, que a partir de estancias se ha podido construir con un entrenamiento prologando por necesidades de los consumidores y legitimizado por las instituciones, un productos acompañado de los medios que surge con fotografía, se traslada a los cines (oscuridad) y hoy en día prevalece en el internet (computadoras personales, smartphones y tablets), han hecho de este producto sea el idóneo para este trabajo de investigación (el cual ampliaremos en el siguiente capítulo).

Por lo tanto el concepto que se aborda para esta investigación será el propuesto por el investigador Néstor García Canclini, considerando que en

la pornografía encontramos géneros a partir concepciones geográficas (*europa porno, american porn, latin porn, asian porno.*), color de piel y por lo tanto culturales (*asian, eboy, latinas, Europas*); una distinción a partir de los económico (la pornografía amateur y/o comercial; la que se contrata o la que es libre) y un producto en donde se expone un deseo meramente sexual, entonces al considerar el termino de consumo cultural podremos encontrar la apropiación de este producto en los sujetos propuestos para esta investigación, a partir de los modelos que se abordarán en el siguiente apartado.

1.3.2.1 El consumo es un lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos.

Ahora bien, se profundizarán tres modelos que son de interés para esta investigación y así conocer el consumo cultural de los sujetos de investigación, tal y como se propone en el apartado anterior.

Este modelo plantea al consumo como un área importante para construir y comunicar las diferencias sociales (Canclini, 1993; P.27) la cual empieza a partir de darle un sentido de apropiación al producto, y con esto se refiere que “las diferencias se producen cada vez más no por los objetos que se poseen sino por la forma en que se los utiliza” (Canclini, 1993; P.27) dejando en claro que el sujeto es una persona autónoma que construye el uso de su producto a su contexto, mientras responda a los intereses que este tenga, así también, se retoma a Pierre Bourdieu con su estudio publicado en *La Distinción* (1988) para explicar que “...para ocultar las diferencias por las posesiones económicas, se busca justificar las distinción social por los gustos que separan a unos grupos de otros.” (Canclini, 1993, P.27) manifestando que el producto es un elemento diferenciador del “buen gusto” o el “mal gusto” partiendo de un elemento hegemónico que en este caso es el gusto y el producto que la “cultura

dominante” consume, por ejemplo, apropiarse de una obra de arte es afirmarse como el poseedor exclusivo del objeto y del gusto verdadero por ese objeto, convertido así en negación reificada de todos aquellos que son indignos de poseerlo, por falta de los medios materiales o simbólicos necesarios para apropiárselo (Bourdieu, 1988, P.280) esto es una acción de apropiación, es entonces, que el sujeto que obtenga ese producto y lo defina como “buen gusto” hace una distinción de aquellos que no lo tienen y/o no lo adquirirán.

Así mismo al hablar de distintos sectores económicos Nestor García propone que “la desigualdad económica hace depender más a los sectores subalternos de lo material a experimentarlo como necesidad y hasta como urgencia; pero su distancia respecto de los grupos hegemónicos se construye también por las diferencias simbólicas” (Canclini,1993,P.28) dejando en claro que por una parte el elemento de *dinero* resulta preocupante y prioritario para aquellos que no tienen un libre manejo, sin embargo siempre existe un dialogo simbólico para estas distinciones, porque es ahí donde empezamos a encontrar una hegemonía desde lo popular y no prioritariamente desde lo “burgués” (como maneja Bourdieu).

Dado lo anterior entonces se podría preguntar ¿Cuáles son las distinciones que hacen los jóvenes consumidores de pornografía entre los propios consumidores? Pregunta que nos dará pie para las categorías de análisis que se clasificarán en el último capítulo.

1.3.2.2 El consumo como escenario de objetivación de los deseos

Este modelo sugiere un análisis en condiciones socioeconómicas, plantea una forma de estudio para conocer eso que se desea a partir del producto “Además de tener necesidades culturalmente elaboradas, actuamos siguiendo deseos sin objeto, impulsos que no apuntan a la posesión de

cosas precisas o a la relación con personas determinadas” (Canclini, 1993, P.30) eso que se busca en los bienes materiales, en creer que se obtiene algo pero que solo responde a impulsos, es una cuestión del deseo.

Esta cuestión que maneja el ser humano ha sido estudiada durante siglos, de los cuales existen propuestas de definiciones de deseo una de ellas, es la propuesta de Aristóteles, el deseo como satisfacción inmediata...

Y puesto que se producen deseos mutuamente encontrados –esto sucede cuando la razón [lovgo~] y el apetito [ejpiqumiva] son contrarios; lo que, a su vez, tiene lugar en aquellos seres que poseen percepción del tiempo [enj toi~crownouai[sqhsin e[c[ousin]: el intelecto manda resistir ateniéndose al futuro [to; mevlon], pero el apetito se atiende a lo inmediato [to; h[dh]; y es que el placer inmediato aparece como placer absoluto y bien absoluto porque se pierde de vista el futuro...” (Martínez en Margot,2008,P.198)

Se considera que el deseo hoy en día, es una cuestión de satisfacción inmediata, Aristóteles presenta a un lado la razón, porque el deseo es inquieto y sin pensar en un futuro, es una cuestión de espacio y tiempo, que el ser racional no concibe cuando tiene ese apetito a lo inmediato; al mismo tiempo compara al deseo como una relación al ser animal...

Todos los animales mueven y son movidos para algo, de modo que eso para lo que se mueven es para ellos el término de todo movimiento. Vemos que lo que mueve al animal es la inteligencia [diav noia] , la imaginación [fantasiv a] , la elección [proaivresi~], la voluntad [bouvlhsi~], el apetito [ejpj iquimiva]. Todas estas cosas se refieren a la mente [nou~] y al deseo [o[rexi~]. (Martínez en Margot,2008,P.199)

Los elementos que presentan, que mueven, buscan ser realizados o llegar a ser pensados, eso que se busca en una inmediatez responde a una

inteligencia, imaginación, voluntad, apetito que busca ser efectuado o saciado, el deseo siempre está ahí, busca respuestas a través de lo material, busca ser tangible, y esa búsqueda se encuentra constante como un impulso animal este concepto puede llegarse a pensar según desde Aristóteles, como un motivo de nuestra vida para entender lo que se es.

Por otra parte Sizek hace una reflexión dramática en cuestión del deseo, como él llama una cuestión terrorista

...no sólo quiero que hagas lo que quiero, sino que lo hagas porque quieres; no sólo quiero regular tus actos, sino también tus deseos. Lo peor que puedes hacer no es dejar de hacer lo que yo quiero, sino hacerlo sin tú quererlo... Lo cual nos lleva a la cortesía: un acto de cortesía consiste, precisamente, en fingir que quiero hacer lo que el otro quiere que haga, de modo que mi sumisión al deseo del otro no ejerza presión sobre él. (Sizek, 2011)

El texto anterior habla de dos cuestiones de igual manera que Platón, un deseo inquieto y una razón sabia, sin embargo la sustancia del aporte se encuentra en la reflexión y en el diálogo, el deseo, desea que se haga sin que la razón quiera, porque la razón siempre reflexionará ante el deseo, sin embargo el deseo siempre logra llegar a ese deseo, cuando entra en diálogo con el conflicto de la razón, al fingir que obtiene lo que desea como una forma de saciar ese deseo, esto demuestra que solo simulamos concretar nuestro deseo por medio de elementos que puedan hacer tangible el éxito de ese otro llamado, deseo.

Los aportes presentados hasta este momento, se acercan a la concepción que se busca para este trabajo de investigación por lo cual también se puede relacionar con la concepción de Lacan con el aforismo, el cual se puede definir como la concepción de deseo en “El deseo es el deseo del

otro” (Lacan en Quiroga) la cual gira en torno al reconocimiento del otro, ese artículo que le hace falta a él, generado por otro.

Así mismo es importante agregar que estas concepciones del deseo hablan de un sistema que podría ser tal vez un traslado de la persona al sujeto, este lapso hace que se pregunte: “¿Qué es lo que en realidad deseo?” “¿Estas concepciones de deseo son realmente propias?” A lo que Lacan podría responder que “... el sujeto, es sujeto del deseo” (Hoezen) un sujeto sujetado a otro sujeto y así interminable.

Por lo tanto para esta investigación se aborda lo que es la objetivación del deseo en la pornografía como una forma de saciar ese deseo por medio de los bienes tangibles que nos lleven a la práctica la satisfacción del deseo concebido, que, como se ha mencionado en párrafos anteriores, es un deseo que se finge para lograr un aparente placer.

1.3.2.3 El consumo como proceso ritual

Para el modelo presente Canclini muestra al consumo como forma de control ante el deseo (Canclini, 1993), esas pulsiones latentes en el ser del sujeto deben de ser controladas y llenas con significados que, a través de procesos rituales se logran, como explica el investigador que

A través de ellos, la sociedad selecciona y fija, mediante acuerdos colectivos, los significados que la regulan [...] y hacer explícitas las definiciones públicas de lo que el consenso general juzga valioso. [y] Los rituales más eficaces utilizan objetos materiales para establecer los sentidos y las prácticas que los preservan (Canclini, 1993, P.32)

Es decir, que los procesos rituales se materializan para que obtengan sentido, elementos como la vestimenta, los alimentos, las leyes, las licencias, las credenciales, los artículos que se utilizan en la mesa (mesa, mantel, loza, utensilios) darán entender en qué clase de ritual se está,

desde lo que podría ser una comida casual con los familiares hasta una cena para pedir matrimonio a la pareja, en ese sentido se tiene que materializar ese ritual porque es ahí donde se encuentra la preservación.

Como también menciona Mary Douglas y Baron Isherwood que el consumo como “un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos” (Douglas, 1991, P.80) es entonces que el consumo es una forma de darle sentido al contexto en el que se está inmerso: ¿Para qué se consume? ¿Qué quiere darse a entender con ese consumo? son algunas de las preguntas que podría contestar este modelo, es una forma de nombrar las acciones o las cosas, o como diría el psicoanálisis: una manera de fingir nuestro deseo.

Ahora bien, este modelo va con relación a los dos modelos explicados en momentos anteriores, en donde encontramos que, para llegar a ser y/o a pertenecer a cierto grupo y/o sector se necesita de ciertos objetos materiales (o en dado caso la ausencia de uno) “Algunos rituales son puramente verbales, vocalizados...” (Douglas, 1991, P.80) para definir que se está “dentro y/o afuera” que se “es malo y/o bueno” que se “es sano y/o enfermo”, así también se explica que el deseo irrumpe ante la razón, o sea que siempre se estará en la búsqueda de encontrar algo en eso que se adquiere y para poder dar sentido de eso que se busca se recurre al objeto y se justifica (fingir) el deseo ante la sociedad y ante una masa por ser una concepción colectiva de esa adquisición, cuando solo objetivamos ese deseo.

Estos modelos proponen una discusión para poder conocer el CC de los sujetos en la sociedad actual y su vínculo con el objeto (artículo y/o producto) que el mercado propone, cada modelo expuestos puede explicar desde su territorio la relación que existe de sujeto con el producto, sin embargo, al ponerlo en diálogo con los diferentes modelos, podremos

obtener una exposición cercana de lo que es el consumo cultural (uso y apropiación) de los sujetos.

1.4 Mediaciones

Abordar el consumo cultural y los estudios culturales en Latinoamérica sin mediaciones es dejar sin herramientas este trabajo; por ello para abordar este concepto se requiere explicar la importancia del medio para el consumo, conocer cuál es la función del medio para que este consumo cultural sea perceptible.

En un primer acercamiento se propone a las mediaciones como “el proceso de recepción donde se crean y recrean significados y sentidos desde la interacción de la audiencia con el medio y con las otras instancias sociales” (Orozco en Vázquez, 2013) y que es un punto medial, el cual se construyen decisiones de acuerdo al uso que se le dé a la información obtenida y es en este proceso entre el receptor y el medio en el cual se configuran símbolos y son usados por los sujetos para ser reproducidos, dar significado y sentido al proceso comunicativo (Orozco, 2008), cabe aclarar que el medio no es un elemento reducido, sino es el que da pauta para que exista una mediación, dentro del contexto del consumo cultural.

Por esa misma razón Martín Barbero propone una investigación donde se “descentra de la interpelación directa de un medio a su audiencia, para reubicarse en la convergencia de mediación y práctica implicada en el uso” (Barbero en Orozco, 2008) esta convergencia construye las prácticas que se buscan, esas prácticas que se emancipan de los medios construyendo así, prácticas propias de los sujetos a partir del medio.

Con relación al párrafo anterior, la mediación es un objeto de investigación, la cual deja al análisis el uso de la información respecto a los medios que se consumen, desde la televisión, la prensa, la radio y hoy en día en los dispositivos móviles con las TIC, entonces, empezamos a

observar una construcción de este espacio el cual, pone en cuestionamiento el uso de la información que los sujetos hacen. Entonces las mediaciones según Barbero es...

...ese lugar desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción [ya que] lo que se produce [por ejemplo] en la televisión no responde sólo a requerimientos del sistema industrial y a estrategias comerciales, sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver [...] La televisión no funciona sino en la medida en que asume –y al asumir legitima– demandas que vienen de los grupos receptores, pero a su vez no puede legitimar demandas sin resignificarlas en función del discurso social hegemónico” (En Orozco, 2008)

Ese espacio que se cuestiona, ese espacio en el que no se logra identificar dicha información, ese espacio son las mediaciones, es un espacio donde se dejan a un lado a los medios (parcialmente), en donde estos no solo son el control, y tampoco ejercen un poder (por completo) sino que es un medio de información que provee símbolos y signos que pueden servir para la propia construcción de mapas mentales, sin embargo la construcción cultural cimienta esa información la cual se obtiene de los medios, generando así toma de decisiones ante los medios y nuestra cultura, el medio es visto como un elemento independiente; sin embargo al momento de tomar decisiones con base en la información dotada por el medio, que legitima y resignifica, se encuentra presente en todo momento y no deja de ser un discurso aislado cuando todas y todos estamos expuestos a los medios.

Entonces, ante este espacio que se llama mediación y el cual no es particular a los medios de comunicación, Barbero presenta las “prácticas sociales” como un término dinámico para entender en qué consta la institucionalización y la hegemonía con la cual es vista la práctica de los medios, elementos que son resultado de la hegemonía.

Con relación a lo anterior, Orozco propone tres dimensiones para comprender las prácticas sociales como mediación, a lo cual el primer elemento que constituye la práctica social es la “**Socializad** –nos dice– es

una trama que ponen en la escena de lo cotidiano diferentes actores sociales en su lucha por sobrevivir, relacionarse y mantener su identidad” (Orozco, 2008) se entiende como este punto de resistencia el cual se vive día a día de manera personal y colectiva con el que se hace presente una identidad, es aquí, donde encontramos esos grupos de resistencia los cuales demuestran quiénes son y su respeto hacia su conjunto de ideas, este punto según Orozco demuestra que la socialización es la confrontación de lo hegemónico e institucionalización, lo cual hace un “escalamiento del sentido hegemónico” estas prácticas sociales proponen su “propio consumo” buscan este sentido de pertenencia y apropiación, esta mediación busca emancipación con el afán de encontrarle sentido a partir de su realidad.

La segunda dimensión que explica Orozco es la **ritualidad**; esta conlleva cierta dosis de mecanicismo, de mera repetición, su despliegue supone también una buena dosis de creatividad y de reflexividad en la medida en que las situaciones en que se manifiesta la ritualidad nunca son exactamente iguales, conllevan elementos nuevos, inesperados, que demandan reajustes y cierta improvisación. (Orozco, 2008)

Esta hegemonía se ve dinámica por parte de los sujetos porque hay modificaciones constantes en sus rituales, es por eso que se hace ojo a las dimensiones mediáticas, al conocer que los rituales cambian a partir de una creatividad que surge en los sujetos ante un contexto, resulta difícil poder separar la ritualidad como una forma de control constante, sin embargo, el ritual en momento se aborda como esta exploración a lo nuevo para encontrar nuevas formas de respuestas rituales. Este constante cambio de buscar y encontrar respuestas ante esa búsqueda, hace de la rutina una rutina; para las mediaciones, este elemento ritual apoya a los sujetos a comprender su contexto sin dejar a un lado la socialización, porque es esta lucha constante por darle sentido a la apropiación y uso de la información.

Y para culminar estas tres dimensiones abordamos la **tecnicidad**, al observar las dimensiones anteriores, se encuentran elementos que construyen y que pueden ser utilizadas para la investigaciones de las mediaciones, sin embargo, es la tecnicidad, donde podemos encontrar al medio, sin darle la prioridad que esta dimensión propone porque

Esta dimensión no es por tanto externa o aleatoria a los procesos, sino que se presenta como parte consustancial de ellos. Es entendida como **condición** para el diseño de nuevas prácticas sociales en tanto que es el espacio de la transformación de las competencias perceptivas de los sujetos de las prácticas. (Orozco, 2008)

Se observa que esta dimensión no se reduce a los medios pero tampoco a las audiencias, se distingue una clara característica de la mediación de cómo se usan estas herramientas de forma creativa, adaptadas al propio contexto, entonces, conocer las herramientas para utilizar información se habla de bases de la comunicación pero no como sinónimos, por esa misma razón en esta propuesta, Orozco comparte que radica “...en entender los usos de comunicación no son individuales sino sociales” (2008). El uso de las herramientas y el uso de esta información hará que se construya una memoria de imaginarios e incluso de prácticas que podrían ser atribuidas por los sujetos, desde el momento que se conocen a los medios como formas de control, sin embargo, hacer la emancipación del medio y las mediaciones, ayuda a comprender cuál es el uso que le se le da a esa información que se obtiene a través de los medios, sin dejar a fuera las instancias sociales.

Este última dimensión nos evidencia lo dinámico que son los sujetos ante la información, por más que exista una lucha constante de identidad y después de esto se conciba un proceso ritual, la hegemonía así como los sujetos buscarán formas de entrar en diálogo y siempre darán propuestas para obtener y dar información, propuestas de cómo mediar y dejarse mediar, de qué consumir y qué hacer con ese consumo.

Al exponer las dimensiones (**Socializad**, ritualidad y tecnicidad) donde se encuentran en diálogo la hegemonía y la institucionalización expuesto por Barbero, da pauta para poder encontrar respuestas a

preguntas como ¿Qué intereses tiene la industria pornografía sobre su consumidor? ¿Qué se ha institucionalizado a partir del consumo hegemónico de la pornografía? ¿Cuál es la percepción de las instituciones públicas de la pornografía? ¿Cómo apropian la pornografía los jóvenes y las instituciones? ¿Cuál es la función que cumple el consumo pornográfico según sus consumidores? ¿Qué se ha institucionalizado a partir del consumo pornográfico que hacen las juventudes consumidoras? ¿Cuáles han sido los modos en que se ha presentado la pornografía y de qué manera se ha reproducido en la cotidianidad de las juventudes consumidoras? Sin embargo esta mediación no corresponde a la conclusión de este trabajo.

Ahora bien, al conocer que la mediación es una forma en que la cultura va implícita en todas ellas (medios), y que en todos los sentidos se habla de agrupaciones que no son ni “exhaustiva ni excluyente, sino básicamente analítica” (Orozco, 2008) se habla entonces de sujetos críticos, en ese lapso donde que reciben la información se observa que las mediaciones son también parte de las instancias sociales creando así tipos de mediaciones “la mediación individual, la situaciones, la institucional y la viodetecnológica” (Orozco, 2008) el conocer estos tipos de mediación da un panorama más claro de lo que se requiere trabajar.

A lo que se refiere respecto a tipos de mediaciones las cuales repercuten para darle uso a esta información que se obtiene de los medios, esta incertidumbre que existe en las mediaciones y considerando que este espacio no sólo se da en los medios electrónicos de comunicación sino que también están en las llamadas “instancias” sociales, las cuales refuerzan esas tomas de decisiones y el uso que se le hace a esta información, para esto se esclarece cada una de estas mediaciones.

1.4.1 Mediación Individual.

La mediación individual es la construcción de su identidad a través de la cultura y de su ser, este concepto de agencia que se ha construido, la cual conlleva a la cultura como práctica del ser en un contexto, es una mediación importante entre las mediaciones porque es en este momento donde el sujeto tiene su base de datos para saber en qué sentido se podrá formar a partir de su cultura.

Del cual según Orozco el sujeto conoce a través de estructuras mentales: esquemas mentales” (según los estudios psicológicos: Bem, 1988); “repertorios o textos” (según los estudios culturales y los estudios literarios: Morley, 1986; Fiske, 1987) “guiones” (scripts) que influyen en nuestros procesos de percepción, procesamiento y apropiación de los mensajes propuestos (Buckingham, 1986) y Orozco Gómez (1996: 37) resume a Durkin (1985), que estudió cómo los guiones generaban estereotipos en los niños televidentes: “Durkin define al “guión” como una representación mental ordenada de una secuencia de eventos dirigida a la obtención de una o varias metas. (Orozco, 1996)

Estos esquemas orientan a la obtención de un beneficio, cuando el sujeto tiene la aparente capacidad analítica de poder tomar decisiones, sin embargo, dentro de la mediación individual existe una línea que esquematiza esta toma de decisiones respecto a la información que se toma, no se podrá emancipar de una cultura propia porque este corresponde a una serie de acciones para poder llegar a su fin en ese contexto, al fin una mediación personal pero no de la hegemonía televisiva.

1.4.2 Mediaciones Situacionales e Institucionales

Para empezar, cuando se acude a un conjunto de sujetos que nombramos instituciones como una forma de control (Foucault, 1991) y claro de

hegemonía, deja en claro que hay una mediación incorporada a partir de estas instituciones.

Las mediaciones institucionales actúan como "comunidades de interpretación", pues desde ellas se interpretan muchos de los mensajes percibidos. "Comunidad interpretativa" es el conjunto de sujetos sociales unidos por un 'ámbito de significación', del cual emerge una significación especial para su actuación social.

A lo que las mediaciones responden a una forma de control sin embargo aquí encontramos que esta forma de ejercer el poder, no es una hegemonía política, sino un imaginario de esa información que se apropia a partir de las instituciones, estas mediaciones toman en cuenta la construcción de los sujetos para tomar decisiones de uso y apropiación, estos escenarios son cambiantes.

La toma de decisión del uso y la apropiación que se quiera hacer corresponderá a las mediaciones con las cuales se integrarán, es por eso que para esta investigación se recurre a la mediación como el lugar para comprender la convergencia entre el espacio de producción y recepción de la información para crear y recrear sentido y significado con el medio y las instancias sociales, tomando en cuenta que el medio no funciona en su totalidad como una hegemonía sino que es la misma trama cultural la que exige que se legitimen las realidades a través del medio.

Esta forma de comprender lo que sucede en la comunicación ha dado apertura para a la comunicación desde el "análisis cualitativo de la recepción de medios", esencialmente metodológica, con una propuesta teórica de exploración, "estudio de las mediaciones y los usos sociales de la comunicación" (Orozco, 2008) estos usos que se ven marcados con la toma de decisiones y apropiaciones.

Así pues, que en este trabajo se tomará en cuenta que las mediaciones es el proceso de recepción del medio y que con apoyo de las instancias sociales se crean y recrean sentidos de las prácticas sociales

que genera el fenómeno aquí presentado (el consumo pornográfico en las juventudes tuxtlecas).

1.5 Juventudes

En este recorrido teórico hemos expuesto conceptos como: cultura, consumo, consumo cultural y mediaciones, sin embargo estos conceptos tienen un protagonista: los jóvenes, que han sido un punto de inflexión en la construcción de la sociedad. “La juventud se adapta, incorpora, crea y transforma su entorno social y cultural más íntimo, más inmediato” (Rivera, 2013, P.3) en algunas situaciones han sido responsables de ciertos cambios sociales, con manifestaciones universitarias, en la equidad de género, en la libertad de la sexualidad y entre otras, dando inicio allá por los años 60.

La construcción de ser joven es una tarea difícil para los estudiosos de esta área, dejando en claro que los jóvenes no tiene que ser visto por un solo cristal, es por eso que en siguiente apartado se abordará la distinción entre juventud y juventudes, para luego concretar a la juventud consumidora de las cuales se traslada a la juventud integrada, éstas dos últimas son categorías de juventudes configuradas a partir de sucesos globalizantes.

1.5.1 Juventud-Juventudes

Para el siguiente apartado se hace la distinción entre *juventud* y *juventudes*, ya que para el estudio de los consumos culturales estos sujetos se pueden comprender como un sector del mercado; sin embargo desde la construcción social y el campo de los estudios culturales se encuentra una gama de definiciones, y para conocer aquellos que son partícipes de esta investigación se comienza a definir juventud, la cual...

...podríamos decir es la más clásica o tradicional, y por consiguiente la que ha tenido más peso en nuestras hablas sociales, es la que define *la juventud como una etapa de la vida* [...] sería una etapa distinguible de otras que se viven en el ciclo de vida humano, como la infancia, la adultez, la vejez (Duarte,2001,P.59)

Esta propuesta es para tener segmentada a la sociedad a través de concepciones menos cambiantes, un momento en la vida de las personas en la que se viven cambios que parten de un ciclo de vida, esta definición ayuda a entender cómo la juventud es una concepción biológica, en la que hay cambios, pero cambios ¿Para qué? Como ya se mencionó, los humanos tenemos un ciclo de vida progresivo, a determinada edad se es “joven”, y es el punto del ser “maduro” se les visualiza porque es un momento en donde el sujeto productivo se prepara para la adultez “... como proceso biológico [que] linda con la niñez y, como proceso social, transita hacia la adultez.” (Villa, 2011, P.151) es entonces que la juventud es un término que responde a concepciones del cuerpo y social para llegar a ser (y/o hacer-se) adulto.

Esta concepción de juventud ayuda a construir al joven desde lo biológico sin embargo “La juventud se encuentra delimitada por dos procesos: uno biológico y otro social. El biológico sirve para establecer su diferenciación con el niño y, el social, su diferenciación con el adulto.” (Brito, 1998, P.3) este argumento, muestra las posibilidades que hay para comprender a la juventud, sin embargo cabe aclarar que se sigue basando de lo biológico para poder comprender, por un lado a la juventud como una etapa y por otro a las construcciones que a esta se le han dado.

Es por ello que se pretende definir a la juventud como una etapa de crecimiento en donde los sujetos están en construcción y en el cual se esta invierte a largo plazo para una sociedad “consolidada”, de lo que es respuesta a los consumos que hacen los jóvenes en el transcurso de esta etapa, como es en el caso de la pornografía con relación a la descubrimiento sexual, que se encuentra en las etapas de formación (secundaria y preparatoria) donde el discurso sexual empieza a

empoderarse de los jóvenes porque es en la juventud donde inicia la construcción de lo sexual y el placer. También existen instituciones encargadas en apoyar a la juventudes para poder “orientar” y no cometer alguna “irresponsabilidad” como es el embarazo no deseado y el uso del preservativo, para así reducir el contagio de enfermedades de transmisión sexual (ETS).

Se considera que la juventud es vista como una forma de vida, la juventud tiene características, como ser emprendedores, alegres, joviales, “el camino del futuro”; claro la cual es vista desde el mundo del adulto “... a partir de una matriz adultocéntrica de comprender y comprenderse en el mundo y en las relaciones sociales que en él se dan.” (Duarte, 2001, P.62) por lo tanto seguimos hablando de una hegemonía a partir del adultocentrismo, lo cual definen ellos que es ser jóvenes y el deber ser del joven, es esta forma de poder manipular hasta que edad le conviene a este poder ser jóvenes, ya que encontramos a sujetos mayores de 25 años con actitud de juventud es entonces donde también se definen ellos mismo hasta cuándo y dónde se puede tener ciertas características, dejando a un lado las habilidades y actitudes de vida de cada individuo, por lo tanto al hablar de juventud es hablar de una categoría que hacen los mismos sujetos una forma de ser en cierto lapso de tiempo (edades).

Entonces es así que se genera una relación de poder entre el joven y el adulto, siendo “... la juventud aquella que está creciendo y tiene que aprender del adulto” en cuestión de las edades, en cuestión que los jóvenes están en desarrollo y que van camino al futuro; si trabajo esta categorización estaría dejando afuera las formas de aprendizaje del joven y sus consumos a partir de ellos, por lo tanto sería el consumo de la juventud a partir del adulcentrismo, por ejemplo, regresando al consumo pornográfico estaría dando por hecho que el joven “no debe estar consumiendo estos productos” porque no van en el margen de la juventud, por que la pornografía es un producto con alto contenido transgresor y por ende la juventud no “debe” de ver estos productos por que la pornografía

contiene imágenes que “desmoralizan” las relaciones afectivas, “transgrede” las relaciones de género, el joven puede consumir, música, libros, películas, ropa sin embargo por qué no evidenciar el consumo pornográfico de los jóvenes (me gustaría aclarar que esta investigación tiene como fin mostrar de manera neutra el contenido pornográfico y sus consumidores, ya que se busca conocer, sin prejuicios, el uso y la apropiación de este consumo) es ahí donde se empieza a ignorar el consumo de la juventud a partir del deseo del adulto que desea decidir sobre lo que el joven vea, sin embargo la práctica de ver pornografía ha sido un imaginario de generación en generación, siendo un secreto a voces y permitido en un colectivo de juventudes, por lo tanto es ahí donde entra la cuestión crítica del sujeto y permite observar sus consumos, prácticas y usos a partir de ellos y no a partir del adulcentrismo.

Es por eso que se aborda a la juventud como sujetos de investigación y se considera para tal efecto la norma que menciona la ONU, dejando en claro que son los individuos entre 18 y 25 años de edad, considerando que después de los 25 años dejarán de ser jóvenes y pasarán a ser adultos; es entonces que surge la pregunta ¿Qué es ser un adulto? Se considera que en la sociedad donde estamos situados es un sujeto que produce para las sociedad, ya no está en construcción tiene pocas posibilidades de cambiar de opinión “esta integración al mundo adulto no es solo consecuencia de la madurez señalada, sino de las posibilidades que cada joven tiene de participar en el mercado de la producción y del consumo.” (Duarte, 2001, P.60) Es ahí donde se preguntan las juventudes que no tienen esta oportunidad señalada por la edad, es ahí donde encontramos que la juventud no solo es cuestión de edad, entonces se empieza a hacer a un lado la categorización de juventud, y empezar a conocer a las juventudes, considerando que se puede aceptar que es un paso transitorio de autoconocimiento y construcción social.

Ante esta respuesta de la juventud biológica y del adultocentrismo, empiezan a existir diferencias en el terreno de la juventud, considerando

que el joven que trabaja en el campo no podría tener la misma edad para ser joven en la ciudad, al igual que los jóvenes de las metrópolis, es por ello que se considera al espacio como una construcción de juventudes, así mismo al observar situaciones como migración, pobreza, enfermedades, entre otras cuestiones, se encuentran como variantes para la construcción de la concepción de juventud y hacerlos llamar juventudes, es entonces lo que se podría definir como

...condiciones históricamente construidas y determinadas por diferentes variables que las atraviesan y que se podrían identificar con: el sexo, que está determinado de manera biológica; el género en el que se desarrolle la interacción psíquica en los procesos de socialización humana; la condición social de hombre o de mujer que se haya asumido para interactuar socialmente; la generación o el ámbito temporal de construcción de la experiencia individual y colectiva; la etnia y, en general, las culturas contenidas en los lenguajes con los que las sociedades aspiran a la comprensión interindividual; las oportunidades socioeconómicas de las que logren disponer las individualidades y las colectividades humanas, y las territorialidades, que se constituyen en el espacio geográfico para ser habitadas con los referentes culturales propios de la especie humana. (Villa, 2011, P.149)

Estas variantes descentralizan la concepción de juventud demostrando que existen una multiculturalidad dentro de este rango de edad, eso hace que se pueda observar a distintos grupos y no abordarlos desde lo hegemónico, demostrando así formas variables de vida.

Lo hegemónico muestra una concepción de lo que es ser joven a través de los medios: divertido, emprendedor, consumidor, entre otras cuestiones, sin embargo lo que aquí se propone es que “la mayoría de las veces, las y los jóvenes se encuentran en situaciones de conflicto social que les provocan dolores sociales” (Duarte, 2001, P.67) haciendo a un lado a estas concepciones de juventudes que determinan y enseñan que no existe una sola juventud, no existe una juventud desde el adultocentrismo, desde las instituciones, desde los medios, desde las empresas, sino que existe una concepción de juventudes desde la misma juventud, se que

podría leerse incongruente, sin embargo, el escritor de este trabajo tiene 25 años y esa es una justificación (no determinante) pero si suficiente para saber que

han venido ganando presencia son las juventudes, vale decir diversas expresiones y significaciones del entramado complejo que surge en nuestras sociedades desde un grupo social que se expresa de maneras múltiples y plurales. Estas juventudes son de larga data, surgen como grupos sociales diferenciados, con particularidades y especificidades en cada sociedad y en cada intersticio de ella, entre los espacios de las palabras van surgiendo con distintos rostros, olores, sabores, voces, sueños, dolores, esperanzas. (Duarte, 2001, P.67)

Es por ello que se considera la edad una factor de observación para el segmento de esta investigación y su contexto como parte de la construcción social de lo que es ser joven hoy en día con elementos distintos que los identifica, considerando así las concepciones de juventudes que pueden existir hoy.

Por lo anterior, se comparte el término de juventudes consumidoras como una categoría dentro de la juventud, al que luego trasladaremos a juventudes integradas, cabe destacar que este sector es amplio, ya que la mayoría de las juventudes son consumidoras, tanto de ideologías y de productos tangibles, sin embargo dentro de este gran bloque consumidor existen gamas de colores que caracterizan a las propias juventudes es por eso que “la necesidad de aprender a mirar y conocer las juventudes, en tanto portadoras de diferencias y singularidades que construyen su pluralidad y diversidad en los distintos espacios sociales.” (Duarte, 2001, P.68) estas pluralidades se encuentran en la construcción del conocer donde se encuentran, cuál es el contexto en el que viven en la era globalizada, que consumen y que hacen con lo que consumen.

1.5.2 Juventudes: Juventud consumidora

Una vez expuesto las variedades de juventudes, las cuales han sido categorizadas para obtener una mejor investigación sobre estas particularidades, se construirá a continuación la categoría de juventud consumidora, la cual ha sido una de la razones por la cual ha nacido esta categoría “La juventud como hoy la conocemos es propiamente una "invención" de la posguerra [...]La sociedad reivindicó la existencia de los niños y los jóvenes, como sujetos de derechos y, especialmente, en el caso de los jóvenes, como sujetos de consumo.” (Reguillo, 2000, P.23) ese momento de la historia, requeriría de una nueva producción económica, ahora los jóvenes no tendrían que trabajar a marcha forzada para poder “sobrevivir” ante las crisis económicas, porque sería los jóvenes, los que mantendrían a flote la economía nacional de países como Estados Unidos, los jóvenes tendrían que ser más jóvenes, ampliar la concepción de edad de la juventud, para que los adultos pudieran seguir produciendo y los jóvenes consumiendo

El envejecimiento tardío, operado por las conquistas científicas y tecnológicas, reorganizó los procesos de inserción de los segmentos más jóvenes de la sociedad. Para restablecer el equilibrio en la balanza de la población económicamente activa, la incorporación de las generaciones de relevo tenía que posponerse. (Reguillo, 2000, P.24)

Ante este reacomodo de los adultos y los jóvenes, no podrían existir *jóvenes viejos*, es entonces que al prolongar la edad de la adultez se prolonga la edad de la juventud, creando así jóvenes con más tiempo para su crecimiento y su juventud, las instituciones educativas albergaron a los jóvenes por más tiempo como una forma de control y evitar un colapso en el mundo de la producción (Reguillo, 2000) a lo que tendrían que esperar a que los adultos dejarán de producir y saliera una generación de jóvenes a sustituir (jóvenes que dejaron de ser jóvenes y pasaron a ser adultos).

Y fue también esta etapa de la historia, que se encuentran cinco elementos importantes para la fundación de los jóvenes, este aporte según Fexia:

- 1) El Estado de Bienestar creó condiciones favorables para los grupos más dependientes y el de los jóvenes fue uno de los más beneficiados;
- 2) La crisis de la autoridad patriarcal conllevó una rápida ampliación de las esferas de la libertad juvenil: la guerra actuaba como detonante de la “brecha generacional” que separaba a los jóvenes de los adultos;
- 3) El nacimiento del teenage market ofreció por primera vez el espacio de consumo específicamente destinado a los jóvenes, que se habían convertido en un grupo con una gran capacidad adquisitiva, y creó un mercado de consumo dedicado exclusivamente a ellos. Este mercado se constituyó como un segmento de productos para consumidores adolescentes, sin demasiadas distinciones de clase.
- 4) El surgimiento de los medios masivos de comunicación permitió la creación de una cultura pop juvenil internacional que articuló un lenguaje universal. Los jóvenes comenzaron a identificarse más con sus coetáneos que con los miembros de su clase social o etnia
- 5) El proceso de modernización en el plano de los usos y costumbres supuso una erosión de la moral puritana, la cual fue sustituida por una moral consumista laxa y menos monolítica, cuyos portadores fueron principalmente los jóvenes.

(Fexia en Aguilar, 2011, P.7)

Se observa que los elementos globalizantes son los que empiezan a construir la concepción hegemónica de los jóvenes, sin embargo un punto primordial es el nacimiento del joven consumidor ya que fue “en la posguerra cuando emerge una poderosa industria cultural que ofertaba por primera vez bienes "exclusivos" para el consumo de los jóvenes.” (Reguillo, 2000, P.24) categoría que marcaría por mucho tiempo a los jóvenes como un nicho de consumo, dando respuesta a la producción adultocéntrica que se hacía en aquél entonces; ante esto los jóvenes y el consumo musical se hacía presente y pegado a esto con el rock and roll, apropiándose de discursos, lenguajes, vestimentas, peinados y entre otras

cosas de los productos que la misma industria creaba, es aquí donde se encuentra que los jóvenes consumidores son activos y revolucionarios ante la industria.

Es con la *generación X* que se empieza a conocer el desplazamiento de las juventudes y la importancia que tienen en el mundo, conociendo que esta generación fue una apática en la sociedad empezamos hacer comparaciones y construcciones de nuevas juventudes, pero para que estas generaciones tengan que construirse se tiene que considerar a la globalización y los medios, la cual juega un papel importante sobre las juventudes y por lo tanto en la hegemonía del mercado.

La crisis generalizada y los cambios introducidos por la globalización y la especificidad local de sus manifestaciones, señalan un desplazamiento de la noción de identidad referida al *locus* hacia la de adscripciones identitarias, cuyos referentes se articulan en torno a los más variados objetos. Se trata de adscripciones móviles, efímeras, cambiantes y capaces de respuestas ágiles y a veces sorprendentemente comprometidas (Reguillo, 2000)

A raíz de la globalización y a estas adscripciones, respuestas de generaciones pasadas (como los *yuppies* y/o *hippies*) encontramos que la *generación X* "... no se rebela ante los problemas que tienen, sino que se inhiben, se cierran sobre sí mismos." (Vela-Valldecabres, 2010, P.371) entran a una zona de confort, como respuesta al sistema capitalista que se vivían en los 90, esta inhibición se prolonga y es hasta la comercialización del internet donde de empieza a mostrar una oportunidad de expresión desde el sofá y la comodidad de ciertos movimientos sociales, cabe aclarar que en esta generación se hizo evidente el *grunge* (como un grupo minoritario, respuesta a una industria musical que en su máxima expresión representaba a los jóvenes de su generación).

Esta generación "... evitan todo lo que les suponga esfuerzo. Quieren una carrera universitaria pero prefieren trabajos que no requieran sacrificio intelectual." (Vela-Valldecabres, 2010, P.383) una generación

cómoda, que recibe las ganancias de los padres pensionados, y la globalización con las escuelas privadas y trabajos de medio tiempo.

Y como habíamos mencionado en apartados anteriores la construcción de estos jóvenes son "...consumidores de "marcas" (nombres, estatus, modas), pero rechazan teóricamente que les interese ese estilo de vida. Comulgan con la cultura de la imagen y se conforman con la superficialidad en los medios de comunicación." (Vela-Valldecabres, 2010, P.383) esta incongruencia de rechazar el estilo de vida que ellos llevaban es parte de la contradicción de la conformidad, porque se vivía en la generación de aparentar y reproducir en gran medida aquellos estereotipos que se confundían, acercándose a una identidad que no se encontraba y es en esto último donde empieza a existir un reforzamiento de los jóvenes, y su vínculo con los medios de comunicación, su vínculo como jóvenes, productos de los mismos medios creando así "en un nuevo individualismo, pero también puede conectarles con jóvenes de todo el planeta, dándoles la sensación de pertenecer a una comunidad universal..." (Fexia en Aguilar, 2011, P.8) y es aquí donde los jóvenes consumidores (como *target* de las industrias) siguen interesados en la siguiente etapa de la sociedad, la era de la información.

1.5.2.1 Jóvenes consumidores en la era de la digitalización¹.

Después del cambio tecnológico que las juventudes vivieron a principios de siglo y esta concepción de la comunidad universal que se hablaba en el apartado anterior se propone para esta investigación abordar a las juventudes consumidoras en la era de la digitalización, ya que es el contexto en el cual se realiza dicho trabajo.

Es en este contexto donde se siguen observando indicios de consumo, giros políticos con el 11/S, creaciones como el GOOGLE, el Facebook,

¹ Digitalizar una información consiste en traducida a dígitos." (Pierre,2007,P.36)

tendencias fotográficas como *selfie* son una serie de cambios que en apariencia podrían ser confrontaciones sin embargo son momentos “... de construcción de nuevas identidades, de nuevas formas de ser y de vivir.” (Castells, 2008, P.2) por creaciones de nuevos espacios, nuevos territorios donde los sujetos se desenvuelven, donde los sujetos deconstruyen y construyen nuevas realidades, sin embargo estas nuevos horizontes son creados a partir de la memoria, los cuales se siguen rigiendo por el consumo y la búsqueda de identidad, tal y como sucedió en la última década del siglo pasado.

Este cambio del consumo da cambio “...desde el momento en que la nueva cultura juvenil se entrelaza con la revolución en la comunicación, mediante la emergencia de una cultura digital.” (Castells, 2008, P.2) al conocer una nueva tecnología, se sugiere el uso mercantil de esta, sin embargo las juventudes sugieren otro uso de este producto.

Y esto lo podemos observar en trabajos elaborados por la investigadora Mónica Pini *Consumos Culturales Digitales* en 2012 para el Ministerio de Educación de la Nación, en Argentina, en donde mencionan el consumo cultural que los jóvenes hoy en día tienen “más relación con sus consumos culturales (el fútbol, el rock, las telenovelas, la cumbia, las redes sociales, los videos digitales) que con las escuelas u otras instituciones modernas creadoras de subjetividad.” (2012) mostrando que los dispositivos móviles, en la era de la digitalización lo jóvenes prefieren observar la realidad y conocer a través de productos que se encuentran en la red, dejando a un lado lo *obsoleto* que en este caso sería la escuela.

Este nuevo territorio (la era de la digitalización) presenta una nueva construcción de juventudes, una juventud que según Carles Feixa (2003) son jóvenes...

artificiales, medio robots y medio humanos, escondidos entre la obediencia a los adultos que los han engendrado y a la voluntad de emanciparse. Como no tienen memoria, no pueden tener conciencia, y por eso no son plenamente libres para construir su futuro. Han estado programados para utilizar todas las

potencialidades de las nuevas tecnologías, y por eso son los mejor preparados para adaptarse a los cambios, para afrontar el futuro sin los prejuicios de sus progenitores. (P.24)

Este escenario de juventudes muestra a un sujeto consumidor y en cierto momento prosumidor², sin embargo para esta construcción se propone a un joven consumidor, el cual solo cambia el contexto en el que consume, sin embargo, como en construcción de juventudes, existirán particularidades que son propias de las juventudes de ciertos momentos, de los cuales Feixa sugiere llamarle *generación @* a las juventudes en transición que pasan del siglo XX al siglo XXI la cuales propone una de sus características al “consumo de bienes audiovisuales –en particular el protagonizado por jóvenes– [donde] seguramente el sector del mercado que más claramente refleja estas tendencias de cambio.” (Feixa, 2006, P.26) las páginas *tube*, los *vlogs*, las páginas de chat vía *webcams*, entre otras más, se puede observar esta manera de consumo en la red las cuales son, en su mayoría, protagonizadas por jóvenes que tienen acceso al internet y a una computadora.

1.5.2.1.1 Jóvenes Urbanos Integrados

Cabe aclarar que en el mundo, no todos los jóvenes tienen acceso a una computadora y mucho menos al internet, es entonces que se empieza a construir una categoría de juventudes, los cuales para este trabajo se considerará cuestiones económicas y sociales, y que tendrán interjección en su construcción cultural.

La categoría de Jóvenes Urbanos Integrados una propuesta de la doctora Rocío Gómez (UPN, 2010) en la que plantea a una juventud que responde a la *moratorio social*, este categoría nos plantea una concepción de edad, espacio y tecnología.

² El público sedentario de los medios tradicionales se ha reconvertido en usuario activo, que no se limita al consumo de medios interactivos, sino que también participa en la producción de contenidos. Son los llamados prosumidores. (Orihuela,2000,P.47)

Como ya se ha mencionado en párrafos anteriores los jóvenes son personas con edades entre 18 y 25 años (ONU), la cual para esta categoría no es un elemento determinante, sin embargo se considera para ubicar a los sujetos dentro de esta categoría.

Ahora bien, el espacio de los jóvenes integrados es lo urbano, un territorio perteneciente a la ciudad la cual "... es el espacio geográfico transformado en luz, servicio, educación, etc. Cuenta con la mayoría de su territorio con infraestructura de servicios básicos, como agua, corriente eléctrica, drenaje, transporte, teléfono, pavimento, aceras, telecomunicación..." (Plazola, 2001, P.399) un espacio donde estos jóvenes, tienen acceso a servicios públicos, a medios comerciales y privados, transportes y variedades de alimentos.

Estos jóvenes, al pertenecer a una ciudad que se constituyen a normas y reglas, se encuentran en un espacio que "tiende a afectar al conjunto de las actividades sociales, de las poblaciones y de los espacios; es un fenómeno en vías de generalización que afecta las condiciones y formas de vida, las mentalidades..." (Lamy, 2006, P.213) es entonces, los que residen en una ciudad se encuentran en un espacio mediador de construcción de estas juventudes urbanas, las cuales no hacen resistencia, porque responden a las concepciones sociales que se enmarcan en los espacios físicos y en la reproducción que hacen los medios sobre ellos, un proceso hegemónico, los cuales, no están incómodos con lo que se consideran y como son considerados.

Es entonces, que ante estas personas identificadas con una edad, un espacio y consumidores de lo digital, propone Gómez una categoría para estas juventudes: Jóvenes urbanos integrados, los cuales son...

... jóvenes que cuentan con ciertas condiciones familiares y económicas que les permiten gozar de cierta *moratoria social* (Margulis y Urresti, 1996: 18), sin una militancia explícita en ningún movimiento social o partido político y que, desde miradas hegemónicas de la política, pueden denominarse apolíticos. Jóvenes que hemos llamado integrados, en tanto tienen una forma de conciencia derivada de la ampliación real de las

oportunidades de consumo de bienes y servicios; una conciencia para la cual muchas opciones de vida podrían ser posible; es decir, personas jóvenes que tienen el privilegio de experimentar la vida futura como un “mundo de posibilidades abiertas”. Respecto a esa conciencia, pueden distinguirse aquellos jóvenes que se sienten material y simbólicamente integrados a un mundo de posibilidades abiertas y aquellos que lo viven de manera cotidiana desde las orillas, esto es, materialmente marginados, a pesar de acceder de forma simbólica y mediática a sus promesas. (2012, P.20)

Estos jóvenes se encuentran en el margen de lo convencional³ en la era de la digitalización, y digo en el margen, porque la ausencia de ideología políticas era una característica de la *generación X* la cual al hacer resistencia del contexto se encontraba en la práctica una ideología política, elemento contrario con los jóvenes integrados, ya que aquí más que tomar la idea de un partido existe un proceso de decisión de “que consumir” para responder a los dictámenes de tener una decisión política según la sociedad.

A estos jóvenes se les llama integrados porque se integran a la urbanización o mundo globalizado, los cuales expresan una consciencia de tener oportunidades constantes de bienes (casas, autos, computadoras, ropa, etc.) y servicios (internet, agua, luz, etc.) son jóvenes que responden a convenciones del adultocentrismo, jóvenes que experimentarían una “vida futura” con los beneficios que siempre se le ha otorgado y/o adquirido.

Por otro lado los jóvenes urbanos integrados, podrían considerarse víctimas del sistema y no por cuestiones políticas o sociales sino que...

Estos jóvenes viven [...]una cierta conciencia de impotencia social, estados depresivos, sentimientos de frustración, aburrimiento y desasosiego en medio de la abundancia relativa. Pero también tramitan estas crisis de la vida urbana contemporánea desplegando en su entorno personal una serie de operaciones que les permiten restituir un mínimo de control y recreación (poetización) de sus propias vidas. (Gómez, 2012, P.21)

³ Dicho de un acto, de una costumbre, de una indumentaria, etc.: Que se atienen a las normas mayoritariamente observadas. (RAE,2012)

Esta recreación de sus vidas en la zona de confort, esta poetización es una forma de llamar a la acción de darle sentido a la vida de estos jóvenes urbanos integrados, sentidos que son creadas a partir de tres elementos que maneja la misma investigadora las cuales son formas de sobre llevar la poetización de la realidad: “1) los nichos urbanos de encuentro juvenil; 2) el consumo y creación de bienes simbólicos y culturales [...] y 3) el uso de los NRT.” (Gómez, 2012, P.21) estas herramientas son de ayuda para conocer a los jóvenes y su relación con el contexto, en apariencia podrías parecer que los jóvenes del mundo hegemónico, no se encuentran con conflictos, sin embargo encontramos el conflicto a la frustración de un poder adultocentrista, los cuales buscan medios y canales para manifestar su inconformidad y/o sus gustos ocultos “El consumo de bienes audiovisuales –en particular el protagonizado por jóvenes– es seguramente el sector del mercado que más claramente refleja estas tendencias de cambio.” (Feixa, 2003, P.26) como es en el caso de la música y la pornografía.

Se destaca que hay juventudes consumidoras que no hacen evidentes su consumo (como es el caso de la pornografía) y es por eso que en el discurso es donde se evidenciará este consumo y conocer cómo se apropian de estos consumos culturales porque es en la apropiación donde las juventudes evidencian sus consumos como menciona De Certeau “trafican con y de la economía cultural dominante (...) para inscribir en ella sus intereses y sus reglas propias” (De Certeau en Reguillo 1996) es aquí donde encontramos a las juventudes consumidoras, estas juventudes que tienen la libertad de hacer un uso al producto que le ofrece el mundo globalizado, sin embargo cabe cuestionar una vez más ¿a caso no estaríamos entrando al debate sobre la hegemonía industrial? ¿La juventud seguirá siendo “libre” de sus elecciones para saber qué hacer con el producto? Es por eso que en este contexto el joven, si es libre desde la construcción del consumo cultural, porque las juventudes toman la determinación más allá del producto mercantil y le dan un sentido de uso

a ese producto (Canclini, 1993) y es así como se aborda a las juventudes consumidoras.

Es entonces que se visibiliza a la pornografía como un producto del mercado (como se aborda en el trabajo presente) esta podría generar identidad en el cuerpo, la sexualidad, el género, el poder, el erotismo, entre otras categorías, las cuales surgen porque son categorías en las que dan paso de apropiación en las juventudes y así poder entender las nuevas sociedad, tampoco propongo hacer a un lado a este producto que, en lo personal, es casi imposible de erradicar y tampoco espero leerme de derecha extrema para erradicarlo, simplemente es un producto que por más de mil años ha estado en el mercado y ha colaborado para la concepción de las categorías antes abordadas.

Por lo anterior, se decide abordar a los jóvenes urbanos integrados y retomarlos como los sujetos de estudio para esta investigación, ya que se considera a los jóvenes en construcción, una construcción netamente adultocéntrica de las cuales están en búsqueda de sus gustos, deseos, placeres, distinción e identidad a través de sus consumos culturales

CAPÍTULO 2. LA PORNOGRAFÍA Y TODO AQUELLO QUE SE DESCONOCE

Aún en la era de la información (Castells) se encuentran millones de páginas desconocidas para los internautas: lo que antes se consideraba como pornografía, en estos tiempos ha dejado de ser. Es por eso que en el siguiente apartado se presenta un recorrido sociohistorico de lo que ha sido la pornografía desde sus inicios hasta el día de hoy, concluyendo con el formato y el género que se abordará para esta investigación.

2. Ventana pornográfica

Lo que ahora se presentará es el objeto de estudio de esta investigación por la cual se decide por comenzar este párrafo con uno de los elementos que en periodismo se conoce como “ventana periodística” la cual consta en contestar una de las principales preguntas del periodismo “¿Qué?” la cual, para esta investigación se usará para saber ¿Qué es la pornografía?

La pornografía como producto ha tenido grandes mutaciones. Esta ha llegado a definirse como subjetiva, sin embargo, para no caer en relativismos se propone entender a la pornografía en contraste con aquello que no es: **el erotismo**, ya que han sido estos grandes temas motivos de debate y polémica, desde lo elegante hasta los despectivo, sin embargo en esas diferencias se encuentran sus propias identidades.

Por ello, una vez identificado lo que es pornografía se podrá delimitar los productos que los jóvenes integrados están consumiendo.

2.1 Erotismo.

El erotismo es la trama de la realidad a los sentidos, ese momento en el cual se empieza a recrear imágenes que crean dudas, creando así una “poética corporal” (Paz, 1993, P.10) una relación del cuerpo y lo subjetivo, este esfuerzo para poder comprender, razonar y sentir lo que sucede con nuestro cuerpo y que las palabras no pueden expresar, aquí, en este terreno se viven experiencias a nivel racional, una inteligencia sexual en el cual cada uno sabe quién es y que necesita, por lo que “el erotismo no es mera sexualidad animal: es ceremonia, representación” (Paz, 1993, P.10) en el erotismo hay un lenguaje verbal y no verbal, donde se pueden apreciar las siluetas de las sonrisas, los guiños, los sabores, las texturas. En lo erótico entran esos pequeños detalles placenteros que se pueden disfrutar, el erotismo en una caricia para demostrar mi interés por el otro; el erotismo en una sonrisa para responder al saludo, todo con una carga simbólica sexuada, en el cual uno de los objetivos del erotismo es atraer la atención, con un lenguaje distinto y poco explícito, donde utiliza elementos como la poesía, la música, la pintura, la escultura, la gastronomía, la arquitectura, partiendo de la imaginación (Paz,1993) en donde se puede apreciar prácticas sexuales, independiente a la verdadera función de la sexualidad (reproducción), a lo que el erotismo es un escenario donde se plasman los distintos placeres de la sexualidad por medio de otros lenguajes.

En lo que coincide Serrano al decir que el erotismo “no es visible, no es epidérmico, es sensación pura.” (2013, P.103) es entonces que hablamos de un conjunto complejo de valores que le dan sentido a nuestro placer sexual.

Por otro lado Morín comenta que el erotismo “desborda las partes genitales, se apodera del cuerpo que deviene todo entero excitante, perturbador, apetitoso, emocionante, provocador, exaltador, y puede sublimar aquello que, fuera lubricidad, parece inmundo.” (2003, P.45) en

coincidencia con Paz y Serrano se encuentran concepciones de sexualidad, para practicar aquello que puede causar placer, alejado de lo genital y coital, es un ejercicio cognitivo del placer, un placer que puede trasladarse a todos los sentidos y no fijarlos en un plano de prácticas sexuales.

Ahora bien, sabiendo que lo erótico es una cuestión de percepción y subjetividades, la Organización Panamericana de la Salud (OPS) en conjunto con la Organización Mundial de la Salud (OMS) define erotismo como

... la capacidad humana de experimentar las respuestas subjetivas que evocan los fenómenos físicos percibidos como deseo sexual, excitación sexual y orgasmo y, que por lo general, se identifican con placer sexual. El erotismo se construye tanto a nivel individual como social con significados simbólicos y concretos que lo vinculan a otros aspectos del ser humano. (2000, P.7)

Esta definiciones se concentran en que el erotismo es una construcción subjetiva del placer, coincidiendo con Morín (2003) con aspectos del placer sexual, con la diferencia que el erotismo para la OPS y la OMS no es una cuestión de sublimar ese deseo “animal” del cual nos ha hablado Paz, y observamos que no toca temas de lo oculto ni represiones, sino de placeres, libre de autoconocimiento y placer sexual personal.

Y es aquí donde se encuentra que las prácticas sexuales va con relación a lo erótico, de lo cual no se puede dejar a un lado ya que...

La actividad sexual reproductiva la tienen en común los animales sexuados y los hombres, pero al parecer solo los hombres han hecho de su actividad sexual una actividad erótica, donde la diferencia que separa al erotismo de la actividad sexual simple es una búsqueda psicológica independiente del fin natural dado en la reproducción y del cuidado que dar a los hijos. (Bataille, 2007, P.8)

Este argumento demuestra que el erotismo es la capacidad humana, dicha de identidad de prácticas sexuales separadas a lo animal como menciona Paz “... el erotismo es exclusivamente humano: es sexualidad

socializada y transfigurada por la imaginación y la voluntad de los hombres.” (1993, P.14)

Entonces, a partir de los autores abordados, se puede decir que el erotismo es la conclusión del sentido sexual humano para comprender y entender nuestro placer sexual, esta que se separa del coito y la reproducción, una capacidad subjetiva de comprender el placer, independiente a las pulsiones animales de la sexualidad, las cuales van de la mano de la sexualidad, pero que no culmina en reproducción, coito y violencia.

Considerando lo anterior, se agrega que lo que lo que es pornográfico no es erótico, sin embargo hay que detallar cuestiones de términos para tener un entendimiento más amplio, cabe aclarar que las definiciones que se presentan no son a partir de lo artístico, sino de concepciones de poetas e investigadores, que han contribuido argumentos para la construcción de estos términos, lo que se presenta son argumentos sociales para identificar lo erótico y lo pornográfico, a partir de prácticas, consumos y productos.

2.2 Pornografía

Para comenzar se hace un acercamiento a la definición de pornografía y construir una definición de acuerdo a los tiempos que este contenido se ha visto expuesto, para luego conocer el recorrido que este término ha llevado a nuestros tiempos y la forma en cómo se construye pornografía, por esa misma razón se comienza con su etimología:

En primer lugar, está formado por πόρνη (pr. pórne) cuyo significado es prostituta. Esta palabra es el femenino de πόρνος (pr.pornos) que designa al rufián que es el protector de las prostitutas. A su vez πόρνος proviene del verbo πέρνημι (pr.pérnemi) que significa vender. En segundo lugar, por γράφο (pr.grafo) primera persona del singular presente de γράφειν (pro.grafein) que significa escribir, grabar, pintar, dibujar. La raíz de este verbo proviene de la indoeuropea *gerbh-, *gerebh- (rascar, arañar). De este modo, puede considerarse como el

concepto etimológico de esta palabra [es] lo que se escribe sobre prostitutas.” (Quees)

Independiente a la significación que se tenga de la referencia sobre la pornografía, cabe destacar que hay una construcción social de este producto, por lo que aborda de manera cronológica las etapas y sus formatos (dibujo, foto, libros y cine) para poder entender esta categoría que aún sigue en construcción.

2.2.1 El caminar de la pornografía

Como se explicó al principio con la referencia etimológica; entonces la pornografía es el conjunto de relatos (imágenes) sobre prostitutas, sin embargo el mismo consumidor ha hecho que este producto cambie su contenido, no se dejará a un lado el origen de la palabra ya que funge como base por lo que en este apartado conoceremos la evolución de dicho término.

Estas y estos trabajadores sexuales son actores y/o protagonistas de estos relatos, que por lo tanto le dan sentido a la pornografía es la relación existente de la prostitución y las prácticas sexuales que empiezan a construir a la pornografía; este término fue variando de acuerdo con su contexto y no fue hasta que el novelista francés *Nicholas Edmé Restif de la Brétonne* lo utiliza en la impresión de *Le pornographe ou la prostitution reformé* que contenía una propuesta de reformas sobre la práctica de la prostitución (Sánchez, 2012) en la cual se abordaban las prácticas que se llevaban los trabajadores sexuales, y existe un primer acercamiento de los tratados de las prostitución, y para poder simplificar el término se decide utilizar a la pornografía como tratados de prostitución.

Es entonces que la pornografía empieza a tomar forma respecto a sus contenidos y popularizándose “con la impresión del diccionario médico inglés de 1857, en el que se define la pornografía como la “descripción de la prostituta”, y la prostitución, como “materia de higiene pública” (en

Yehya, 2004) en esos tiempos los contenidos pornográficos se basaban en obras literarias, canciones y panfletos haciendo alusión a las prácticas de prostitución, cabe aclarar que aún estas prácticas no se sabe si son contadas por prostitutas, recuentos de las actividades de estas mujeres o tratados de naturaleza de este oficio (Arcand, 1993).

Fue entonces que la pornografía por varios medios empieza a promoverse y con el afán de abolir en su totalidad el misterio sexual o, por lo menos, desprenderlo en su contexto moral, social, legal o religioso (Yehya, 2004), no se puede dejar afuera que la pornografía ha sido utilizada como una resistencia al poder evidenciar estas prácticas ocultas, sin embargo dado al sincretismo se tenía que justificar ese consumo, como ya se ha mencionado en párrafos anteriores.

El término de pornografía se ha estado desplazando desde su creación como término para definir los contenidos sexuales, y por lo tanto también han buscado las manera de incluirse, desde el plano artístico hasta el médico, sin embargo dado al contenido que “desprestigia” las relaciones humanas afectivas y que es un género en donde se observa y/o lee, relaciones sexuales de toda clasificación y que transgrede la moral y en dado caso transgrede las relaciones de poder respecto al género por lo que se ha buscado los medios para censurarlo, y se ha logrado a través de instituciones para crear una construcción social de lo que es el porno, tanto el que produce como el que consume, buscando formas de control de su reproducción, haciendo de la pornografía un producto pervertido y un consumidor depravado.

En 1806 con Etienne-Gabriel Peignot escribió que los libros pornográficos podían ser censurados por razones morales, así como religiosas y políticas (Yehya, 2012) y fue con estos elementos que la pornografía empieza una construcción, como la exposición de objetos sexuales que giraban en torno a la prostitución y sus prácticas así como ensayos de Richard von Krafft-Ebbing en *Psycholopatia Sexualis* (Sánchez, 2012) donde se patologizan las prácticas e identidades sexuales, es

entonces dónde la pornografía a partir de estas patologías se le denomina como el “carácter obsceno de las obras literarias o artísticas” (en Yehya, 2004) es aquí donde la pornografía empieza a ser un consumo “enfermizo” y dañino, dado a la forma obscena de representar a lo sexual, y al hablar de obsceno, hablamos de las imágenes explícitas de prácticas sexuales, la pornografía empieza con la construcción de lo oculto “aquello que no debería de verse” empezando a categorizarlo como lo enfermizo, como lo inapropiado, porque por ser una práctica sexual que solo alimentaba el placer era lo erróneo y esto va con relación con los relatos del sexo para reproducción, en donde los sujetos solo podían tener prácticas sexuales para el desarrollo de la especie y no como una satisfacción de placer.

En conjunto, la invención de la fotografía cambió la forma artística del mundo, tratando de plasmar la realidad y hacerla “tangible”, es entonces que la imagen es uno de los recursos pilares para la pornografía, para poder expresar esas experiencias sexuales que antes eran relatadas de manera oral y escrita, en la fotografía observamos que la mujer es protagonista de este formato, en donde “...las primeras modelos que se desnudaron y se dejaron retratar solían ser prostitutas, bailarinas o jóvenes anónimas que a cambio de dinero dejaban que su imagen fuera inmortalizada.” (CET, 2012) Este interés de retratar esas experiencias hizo que se recurriera al elemento fundador de la pornografía, la prostitución, dado al contexto que las y los trabajadores sexuales se encontraban y las facilidades que estos podían tener para poder demostrar sus prácticas a cuadro.

Estas imágenes manifiesta que las y los que aparecen a cuadro de una imagen pornográfica son sujetos partícipes de las experiencias sexuales y que por lo tanto venden la imagen de sus cuerpos (prostitución), partiendo de la premisa de la imagen fotográfica/filmica “hacernos creer que es real” (Yehya, 2013) que lo vemos es real y se puede hacer, cuestionando así el consumo de este género, ahora bien, este género se ha manifestado en todos los espacios que ha podido tener y

“continúa desarrollándose hasta nuestros días a través de la impresión gráfica de escritos, cortos eróticos, celuloideos, medios de comunicación y espectáculos en un sinfín de mercancías (revistas, libros, videos, dvd, *hotline*, *webcam*, celulares, Internet, *table dance*, sexo en vivo, exposiciones y ferias de sex & entertainment) (Sánchez, 2012).

Ahora bien, en el transcurso de la historia la pornografía ha pasado por varios formatos, como ya se mencionó, desde la creación de obras literarias o relatos escritos, en la fotografía empezando con lo daguerrotipos y en el cine con pequeños fragmentos de desnudos y relaciones sexuales plasmadas en la pantalla; los dibujos eróticos de “Las mujeres de Vargas” en los 50; y con un arte más realista en los 60 con las llamadas revistas *Man’s Book*; llegando a consolidar al “cine para adultos” finales de los 70 principio de los 80.

Todo este desarrollo de formatos en venta y de consumo se fueron consolidando a partir del movimiento entre 1960 y 1980 conocido como Revolución Sexual; una colisión, resultado de las guerras y represiones sexuales a partir de la “ausencia” de un rol masculino por la presencia de mujeres en los trabajos que ellos solían tener antes de estar en conflictos bélicos.

Y es con la era de la digitalización que la pornografía toma fuerza, gracias a la facilidad con la que se puede adquirir una imagen de este tipo y siendo así la pornografía el formato más requerido para la expresión de este tipo de contenidos, es por eso que la fotografía viene a ser un parte aguas para lo que hoy conocemos como pornografía, porque es en la foto donde el deseo se ve plasmado en una premisa de lo real “lo vi con mis propios ojos” y exhibiendo el deseo de otros volviéndolo colectivo, creando un imaginario del cuerpo sexuado y del deseo, plasmado en la imagen de una mujer y las acciones que suceden en la foto, ahora la documentación de experiencias sexuales a través de la imagen.

Esta línea de tiempo es la más apegada a la historia de la pornografía porque hoy en día, se suele consumir de manera visual o audiovisual, por

lo que la fotografía en aquel contexto fue un formato más comercial para la reproducción de estos contenidos; esta forma de consumo era prohibido y como resistencia, se buscan los argumentos adecuados para hacerlos consumibles, por lo que se tomó en cuenta las intenciones para documentar esos contenidos sexuales explícitos, fue entonces que se comercializaban estas imágenes como un estudio científico anatómico (CET, 2012) para que estuviera dentro de la legalidad francesa, por lo que se empieza a cuestionar la razón por la cual consumían aquellos productos y esta fue una variante para la pornografía, la cual mutó para ser un documento antropológico y una inspiración para los artistas, los cuales no eran visto como un producto pornográfico porque el fin era artístico, académico y/o antropológico, por lo tanto la pornografía es constituida a través del uso que este pueda tener y lo que estas imágenes puedan generar...

“Así pues, a finales del siglo XIX ya podíamos encontrar tres grupos de fotografías de cuerpos desnudos. Por un lado estaban las que se consideraban antropológicas, es decir, las que retrataban a mujeres de otras razas para catalogar y estudiar a los seres humanos. También estaban las pornográficas que sólo podían comprarse en el mercado negro por ser algo ilegal. Y por último la fotografía erótica pero desde una visión artística.” (CET, 2012)

Por lo que tener la imagen de una mujer y/o hombre desnudo puede solo representar una documentación antropológica, sin embargo el cuestionamiento llega cuando se pregunta ¿Para qué se necesitan estas imágenes? ¿Utilizarla para fines didácticos? ó ¿Una forma de expresar la realidad? Es aquí donde se plantea la diferencia entre lo erótico y lo pornográfico, donde gira en torno a los fines del consumidor porque *“Lo porno es similar a lo erótico en cuanto al uso de la imaginaria sexual y, a su vez, hay un brote compartido en cuanto al imaginario del accionar sexual.”* (Ponce, 2011) entonces lo erótico crea percepciones más no secreciones corporales, es esta una de las diferencias entre “lo porno” y lo erótico, porque “la pornografía pertenece al grupo de géneros [...] corporales, ya

que tratan de provocar reacciones fisiológicas, o bien, reflejos aparentemente instintivos, aunque en realidad estén condicionados por la cultura.” (Yehya, 2013) porque la pornografía hace reaccionar a nuestro cuerpo a partir de las secreciones ya sea desde sudor hasta la eyaculación ante imágenes sexuales explícitas, esto dependiendo a la cultura y/o el consumo del sujeto y el fin con el cual lo consume, podría ser considerado como pornografía al grado de saber qué provoca y qué no, pero ante esta pequeña grieta se propone definir a la pornografía como la “representación explícita de lo sexual con la única intención de excitar sexualmente al espectador” (Ponce, 2011) entonces la pornografía tiene como finalidad excitar sexualmente a través de imágenes sexuales explícitas, es decir que la representación de estas imágenes, regresando al origen de la palabra, tiene la función de grabar (expresar) sobre prostitutas (experiencias de prácticas sexuales⁴) como menciona Morales J. “[en Meneses, 2011] la define como cualquier material escrito o visual que presenta desnudez y/o actividad sexual explícita con el propósito de causar excitación sexual”. Se podría decir que la pornografía en sí no tenía la necesidad de excitar a los lectores o a sus consumidores sino que esta asociación de excitación y desnudos se fue dando con el tiempo al saber que los sujetos plasmaban prácticas sexuales que se desconocían, y lo desconocido causa miedo por lo que el miedo es una emoción fuerte que causa excitación como menciona Ledoux

Cualquier emoción fuerte puede tener un efecto común ya sea positivo o negativo, y esto se traduce en secreciones hormonales como adrenalina y cortisol que permiten una respuesta energética al estímulo, que puede consistir en escapar a algún peligro o servir para interactuar en una actividad sexual. Esas sustancias químicas producen en el cerebro altos niveles de excitación y, dependiendo del contexto, este estímulo puede ser interpretado como positivo y negativo. El estado de excitación de una persona que, en un callejón oscuro, confronta a alguien con un cuchillo puede ser fisiológicamente equivalente al de una

⁴ “Las prácticas sexuales son patrones de actividad sexual presentados por individuos o comunidades con suficiente consistencia como para ser predecibles.” AMSSAC ASOCIACIÓN

persona en un cine viendo una escena particularmente tensa o muy sexual. (En Yeyha, 2013)

Por lo que se encuentra relación con el afán de buscar esas emociones que en realidad pueda establecer emociones y secreciones en sus consumidores, claro se considera la reacción química en nuestro organismo, por esa misma razón se justifica el hecho de encontrar excitación y emociones al buscar un producto nuevo en la pornografía, emociones que en cierto punto se vuelven incontrolables y que es cuestionable como el hecho de generar adicción como menciona Carlos Dulanto en una entrevista para un artículo

La adicción arranca cuando la actividad compulsiva empieza a dar más problemas que beneficios. Y otro factor importante es la sensación de culpa. El enganchado al cibersexo o al porno online tiene la ventaja de poder hacerlo en su casa, sin que nadie lo sepa. Sabiendo dónde buscar, tampoco requiere de un gran desembolso económico. Está comenzando a desarrollarse y se va a disparar en sociedades cada vez más aisladas, con tiempo y máquinas capaces de fomentarlo. Como ocurre con la cocaína, con el alcohol o con el juego, la adicción no se cura. Pero se puede sujetar. Todo adicto es un escapador. La terapia comienza intentando recuperar la actividad que las páginas porno han reemplazado. Y tratando de usar el sexo de forma sana, eliminando el componente patológico. (Dulanto, 2014)

Entonces esa búsqueda de emociones es la nueva forma de conciliar la pornografía buscar esa sensación de excitación tal y como se es observada ahora con estos nuevos medios como algunos suelen llamarlos porno2.0, las nuevas formas de expresión pornográfica van desde webcams, donde puede conocer a personas de todo el mundo pero con la intención sexual sin necesidad de ir a un bar, o a un prostíbulo; avatares (sujetos virtuales la cual se vive una realidad virtual) lo cual es una representación del cuerpo en el espacio del internet y tienes la libertad de construir ese cuerpo como le plazca y hacer las actividades que uno quiera, especialmente actividades sexuales; los chats, este formato es uno de los precursores de la pornografía digital así como en un tiempo se necesitaba de las letras para la documentación, aquí observamos a las

letras para compartir relatos entre gente “real” (la cual puede ser cuestionable, por lo llamados bots o trolls) pero hay un flujo de contenido pornográfico donde plasman sus fantasías al otro e incluso ponerse de acuerdo para un encuentro casual y entre otros formatos que podemos encontrar para poder hacer y producto esa excitación al saber que más puede suceder.

Entonces la pornografía es el conjunto de imágenes que causan excitación, en este sentido la excitación según la RAE es “provocar entusiasmo, enojo o alegría y/ provocar estimula un sentimiento o pasión” (2013) es por lo que se puede decir que se tiene momentos excitantes, sin embargo no podemos ignorar que el horror, como ya antes mencionado también causa excitación que se puede utilizar como una forma de provocar o estimular un sentimiento, para no entrar en ambigüedades, por ello se considera a la pornografía como el conjunto de imágenes sexuales explícitas de cualquier práctica sexual que causen excitación sexual, esto para poder aterrizar el término excitación ya que el término, hoy en día suele ser muy genérico.

Por lo tanto la pornografía retrata una realidad idealizada de esos deseos que se gustaría tener en la vida real desde el momento que se plasma en imagen lo que los sujetos quieren ver ahí lo que imagina y desea, por lo tanto si son idealizados podemos hablar de sueños en conjunto eso que se quiere y se busca “...el porno ha dejado de ser un dominio vergonzante y un código de solidaridad masculina para convertirse en un secreto compartido, un chiste comunal, un atajo de memorias excitantes y un refugio mixto para el sexo solitario del que puede hablarse en voz alta en diversos contextos” (Yehya, 2013) entonces la pornografía es una expresión en secreto, por lo que podíamos decir que ese deseo sexual que hoy en día se alberga en un “closet de deseo”, entonces, se conoce de su existencia, de su producción y reproducción pero basta con el control moral de la sociedad para reprimirlo y hacer parte de los secretos a voces que se maneja en la sociedad.

2.3 ¿Entonces qué diferencia lo porno de lo erótico?

Una vez que se presentó el contexto de cada término y delimitado el uso de cada género se propone evidenciar específicamente dicha diferencia entre lo porno y lo erótico, para esto abordaremos el siguiente apartado y dejar en claro, de forma práctica, dichas diferencias.

Para poder encontrar esta clase de productos, existe un creador. Existen sujetos que generan estos contenidos, estas “obras de carácter obsceno” y son llamados pornógrafos, que son los sujetos que crean y reproducen (en forma material) estas experiencias en cualquier formato, estos manifestaban esas prácticas (fantásticas o reales) escribiendo en libros como lo es el Márquez de Sade, quien es considerado el primer pornógrafo de la historia, porque en sus obras ese encuentra todo aquello que era “inmostrable” en las prácticas sexuales en la sociedad de ese entonces, él es uno de los tanto personajes que empezaron con relatos descriptivos de sus prácticas sexuales, entonces fue que la pornografía “... se extendió hasta 1800.” (Escobar, 2013) donde encontramos títulos como *Memoirs of a Woman of Pleasure* y *My Secret Life* la cual son títulos que plasmaban prácticas de las fantasías de los escritores en esta misma línea.

Sin embargo Paz nos comparte la otra cara del este conocido “pornógrafo” y ¿por qué entre comillas? Porque los contenidos que manejaba en sus textos “Sade se jactaba de profesar un intransigente ateísmo filosófico pero en sus libros abundan los pasajes de religiosos, furor irreligioso y en su vida tuvo que enfrentarse a varias acusaciones de sacrilegio e impiedad” (Paz, 1993, P.24) se cuestiona la verdadera libertad de la pornografía y de los pornógrafos de aquél entonces, el dar respuesta a una estructura política y religiosa con elementos netamente religiosos estamos hablando formas inversas de la división religiosa y política (Paz:1993) entonces ¿Qué era la pornografía para Sade? ¿Qué forma empezó a tomar la pornografía?

La pornografía responde a la sociedad moderna, haciendo, solo, evidente las prácticas sexuales con un peso político y religioso, entonces es aquí otro punto de diferencia entre el erotismo y la pornografía, se podría decir que el erotismo es más sexual que la pornografía, mientras que el segundo busca transgredir con las libertades del cuerpo la primera busca formas distintas de vivir el placer sexual ¿Será que el erotismo es una respuesta material del entendimiento del placer sexual mientras que la pornografía es una manifestación rebelde?

Para esto Yehya comparte que el placer sexual en la pornografía todo se reduce en humillación y violencia, entonces podríamos estar hablando que la pornografía no es un espacio de expresión del deseo humano, sino podríamos estar hablando del deseo animal plasmado en la pornografía, a partir del erotismo la pornografía es la manifestación del deseo animal del ser humano, no transgrede no desinhibe, sino muestra la escénica del ser sexual, en el porno vemos eyaculaciones y también se observa como un propio género pornografía relacionando al semen como un elemento para la reproducción, entonces la pornografía es una ventana de ese deseo de reproducción justificando el desnudo como libertad, la humillación como placer diverso y la violencia como rebeldía

El conocer que el contenido de la pornografía es contenido de sexo explícito se empiezan a marcar las diferencias como menciona Paz que “El acto erótico se desprende del acto sexual: es sexo y es otra cosa.” (Paz, 1993, P. 13) esa diferencia de contenidos y segmentos es donde empieza a desprenderse la pornografía, mientras recurre al sexo explícito el erotismo, dando un tratamiento al exacto sexual para entender otra cosa.

Entonces la pornografía recurre al instinto sexual; la pornografía es sexo tal como en lo erótico, sin embargo son las formas en que éstas se plasman las que le dan forma al contexto, el erotismo y la pornografía provienen de un discurso sexual, más bien, un instinto sexuado; sin embargo en la primera se utilizan métodos y formas para poder manifestar ese deseo el cual (me atrevo a decir) no se manifiesta en un vacío, sino

tiene un elemento subjetivo que es el amor, el erotismo hace mancuerna con la pasión y el amor para manifestar el sentimiento de deseo por el otro, mientras que en lo pornografía se puede observar relaciones sexuales coitales es instintivo, una práctica que conlleva placer sexual por medio de los genitales donde el único fin que aparenta tener es penetrar, sin embargo, se podría decir que el erotismo es un acto rebelde de la sexualidad mientras que la pornografía es un producto de la sociedad moderna para seguir reproduciendo el mensaje de reproducción... sexo por sexo.

El concepto que se ha construido para diferenciar la pornografía del erotismo ha dotando de ciertas particularidades; entre ellas la percepción subjetiva del placer, como se ha mencionado anteriormente, el sexo es el pilar de estos dos géneros sin embargo “El protagonista del acto erótico es el sexo o, más exactamente, los sexos. El plural es de rigor porque, incluso en los placeres llamados solitarios, el deseo sexual inventa siempre una pareja imaginaria... o muchas. En todo encuentro erótico hay un personaje invisible y siempre activo: la imaginación, el deseo.” (Paz, 1993, P.15) en el erotismo se plantea un pareja imaginaria, lo cual no sucede en la pornografía, en lo erótico la sensibilidad es un pilar para la persona, el recrear ciertas experiencias o momentos para el acto de la masturbación como bien menciona paz con “placeres solitarios” sin embargo en lo pornográfico se encuentra lo explícito, lo evidente, no da oportunidad a la imaginación porque ahí todo está escrito, grabado en video, o fotografiado, en ese escenario se plasma una realidad incuestionable, en donde no hay discriminación por parte de los creadores, donde los genitales, secreciones, gemidos, golpes y humillación es presente, no gustoso dar a entender que uno es romántico y el otro no, no confundamos la sensibilidad con lo romántico y lo explícito con lo violento, sino, lo que se busca es diferenciar ambos productos a partir de sus contenidos.

En la pornografía se encuentran distinción de géneros, en donde la penetración es el tema central con el *fisting*, penetración de manos en los

genitales; el *hardcore*, la penetración violenta; el *camprie*, la penetración con eyaculación; el *pregmant* la penetración a mujeres embarazadas, y así hasta lo más oscuro de internet, se puede relacionar estas prácticas con un placer de procreación frustrada, donde no interesa la procreación pero si prácticas sexuales, en el acontecer de la pornografía es una forma de placer sexual animal (sexo por sexo sin procreación) podemos encontrar elementos como preservativos en los varones y/o también el método del ritmo en donde el actor antes de eyacular prefiere hacer esa descargar de semen en la boca de la actriz, sin embargo en lo erótico no encontramos elementos tan explícitos porque no es necesario, porque en lo erótico se viven otras experiencias, por esa falta de contexto relaciono la pornografía como un producto que responde a las necesidades de procreación, sin embargo como existe la reflexión, las personas que hacen pornografía y consumen, están conscientes solo en saciar una “necesidad” que el hombre y la mujer tienen por naturaleza “Los animales se acoplan siempre de la misma manera; los hombres se miran en el espejo de lo universal copulación animal; al imitarla, la transforman y transforman su propia sexualidad.” (Paz, 1993, P.15) una sexualidad disfrazada con el argumento de la reproducción, y un placer sexual vinculado con el coito, en la cual se encuentra diversas formas de vivir la sexualidad, diversas formas de ver y vivir el porno, diversos géneros pornográficos.

2.4 Géneros pornográficos.

Una vez expuesto la diferencia entre erotismo y pornografía, y un acercamiento a la definición de pornografía, se abordará una de las particularidades de la pornografía, los géneros, se considera que como producto, la pornografía maneja un gran número de símbolos y signos, sin embargo estos en conjunto pueden crear géneros distintos, para ello se presentaran sus formas de clasificación y así tener una delimitante del género pornográfico que se abordará para el presente trabajo.

2.4.1 *Amateur*

Esta primera categoría que se plantea gira en aspectos técnicos los cuales son elementos primordiales para la pornografía en la era de la digitalización.

El primer elemento de diferenciación, se sugiere, el cómo se ha realizado el video, considerando que a inicio de siglo las cámaras y las computadoras de escritorio comenzaban a comercializarse...

Las cámaras de vídeo primero y las digitales después –y las posibilidades de difundir sus imágenes por la red- han hecho de todos nosotros, también posibles sujetos pornográficos. (...) la captación fácil de imágenes pornográficas por parte de casi cualquiera. Pero la clave de universalización del porno no reside en la captación de la imagen, sino en el proceso mediante el cual esa imagen se hace visible, reproducible y difundible. Es el revelado privado, independiente de terceros, el que verdaderamente *revela* el ingreso al espacio fronterizo del porno en cualquier lugar imaginable, a partir de cualquier cuerpo disponible (Barba y Montes, 2007, P.47)

Para continuar la llegada del internet con la era de la digitalización hacia que “... la tecnología de transmisión digital permite transmitir cantidades de datos hasta ahora sin precedentes a través de numerosas redes diferentes.” (Oreja, 1998, P.10) y así compartir lo que la persona había hecho, y es ahí donde nace la pornografía *amateur* “Realizada por personas no-profesionales a través de videos caseros.” (Hernández, 2011, P.231) son videos los cuales no son necesarios equipo profesionales de grabación de audio y video, no se necesita iluminación y por lo tanto actores ni actrices profesionales, a lo que esa es una de las razones primordiales de este gran género “hoy en auge [videos], son aquellos protagonizados por cualquier persona, sin ningún criterio cinematográfico. Con no más que una simple filmadora casera algunas personas se filman a sí mismas, o son filmadas, como un juego erótico, teniendo sexo, masturbándose, etcétera.” (Figari, 2008, P.133)

Ya que con la llegada de los dispositivos móviles hoy en día, se pueden grabar las personas mientras tienen sus prácticas sexuales y luego compartirlas en alguna página web como es en el caso de *morritastube* “Gran parte de estos videos van hoy a parar a páginas como “YouTube” (o la versión “Porno-Tube”) u otros programas o páginas que permiten exponer y compartir todo tipo de videos en red.” (Figari, 2008, P.133) este género dio apertura a la participación de las personas (sobre todo jóvenes) en la construcción de la pornografía, en la que solo se reproduce y dan a conocer las prácticas de los jóvenes, las cuales se observan, que es una simple acción de reproducción de la pornografía.

Sacando provecho de este fenómeno de la pornografía amateur, en vez de provocar bajas en los números de la industria pornográfica profesional “más bien refuerza al porno en términos mercantiles, porque lo que en dichos sitios se produce tiene un costo muy bajo para el porno como negocio en términos de producción.” (Aguinaga, 2010, P.56) haciendo que las personas que consuman pornografía amateur, tengan una acción pretenciosa de ser *prosumidores* y así ser parte de la industria pornográfica.

2.4.2 Softcore

Hay que considerar que hay géneros pornográficos según su formato y según su contenido, en el apartado anterior se observa que el formato es el elemento dominante para determinar ese género, sin embargo ya sea profesional o amateur, también los contenidos pueden variar según su contenido y es aquí donde se proponen dos géneros importantes para la industria pornográfica, el *softcore* y el *hardcore*.

Estos géneros nacen por la necesidad de poder comprender que no todo el porno es igual sino que también existen variantes, sin embargo como veremos más adelante, estas categorías no se suturan porque es con

el tiempo que el género empiece a tener más, partiendo de la premisa “lo que no era hoy, lo podrá ser mañana”.

El género *softcore* es el primer acercamiento al porno que se pueda tener ya que corresponde a

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. (Peña, 2012, P.48)

Este género se podrá encontrar en revistas para adultos como *Playboy* y/o *Penthouse*, con fotografías de mujeres desnudas y con accesorios como zapatillas, aretes, lencería, que son llamativas al consumidor. Ante este género se observa que estas dos empresas se han dedicado a la industria de la pornografía, sin embargo es una pornografía “suave”, una pornografía que tiene el fin de excitar a partir de imágenes no explícitas, sino utilizando al cuerpo, en sí, como un objeto a desear.

Hay que considerar que para estos tiempos en donde hay en la red información traducida en imágenes de mujeres y hombres desnudos “no difiere de las que es posible observar en la televisión abierta.” (Santana, 2004, P.54) y es que el *softcore* es un recurso de lo erótico para atraer a partir de lo subliminal al otro.

Para no entrar en confusión hay que considerar que “el cine porno se clasifica en virtud de la censura y las regulaciones para su exhibición.” (Figari, 2008, P.19) esto quiere decir que el *softcore* es material pornográfico, accesible a la audiencia, sin embargo existen convenciones sociales (el arte) que justifican este desnudo a través del erotismo otorgándole una concepción estética en el cual cambia el fin por el cual se muestra una imagen, y es aquí donde regresaríamos al argumento que se maneja la pornografía, la cual busca generar excitación sexual a través de desnudos y prácticas sexuales explícitas.

La explicación de este género ayuda a generar contraste sobre el género que se presenta a continuación, dejando en claro que estos géneros son en cuanto a contenidos, el trato de los actores y actrices, y el nivel de violencia que se pueda observar en el contenido.

2.4.3 Hardcore

En apartados anteriores se ha hablado que la pornografía evidencia prácticas sexuales explícitas, hasta ese punto no habíamos tocado géneros para distinguirlo sin embargo el próximo género, es uno de los más representativos de la pornografía, pero no significa que aquí se reduzca este género.

Por lo tanto, la pornografía llamada *hardcore* se “refiere a un tipo de representaciones que no sólo muestran penetraciones explícitas (meat shots) y eyaculaciones externas (money shots) sino que han creado un estilo característico identificable por sus close-ups, ritmos narrativos y obsesiones visuales” (Yehya, 2013) Esta pornografía donde se ven besos, caricias, mordidas, “agarrones”, penetraciones, genitales femeninos y masculinos, bofetadas, ojos con lagrimas, jalones de cabellos entre otras prácticas con un dramático *Close up* a los movimientos que produzcan acciones y a los rostros para observar sus reacciones, es aquí donde el sexo se plasma con elementos de tal manera que se vea irreal.

Todo esto nace a principio de los 70 con la presentación de la película *Mona* de Howard Ziehm (Yehya, 2013) en donde da apertura a este tipo de prácticas en pantallas, haciendo un boom en el género pornográfico con películas como *Deep Throat y Penetration (French Blue)* que marcaron un estándar de hacer películas de este tipo el cual se caracterizó “...inicialmente por dos corrientes: aquella en que las películas contaban historias superficiales que dependían de los propios actos sexuales, y otra en la que los filmes intentaban contar historias legítimas en las que

introducían escenas sexuales con pretendida naturalidad” (Yehya, 2013) es entonces donde este género empieza a recobrar sentido y volverse más “orgánico” reduciendo la pornografía hardcore a imágenes explícitas de prácticas sexuales, como la documentación del coito, pero es ahí donde los controles institucionales censuran del mercado a este tipo de producción por alto contenido explícito que el hardcore tenía, por lo tanto se recurre a un lenguaje no explícito del porno hardcore, el S&M (sadomasoquismo) en donde empezamos a ver un forma de prácticas sexuales no explícitas “El principal atractivo de estas cintas no era que mostraran cuerpos semidesnudos, sino los actos de tortura, en los que la violencia sexualizada, los latigazos, las quemadoras, las ataduras y el sometimiento era sustituidos de las penetraciones explícitas” (Yehya, 2013) se entiende como una forma de poder consumir en medios convencionales algo fuera de lo sexual, entonces la pornografía empieza a tomar fuerza como prácticas sexuales con violencia en donde el sometimiento y la humillación es una forma de excitación para los consumidores de aquel entonces, y reproducida en símbolos con películas como *Dominatrix without Mercy*, *Forced Entry*, *Wather Power*, *Hardgore*, *Thought the loking Glass*, *Climax Of Blue Power*, *Breaking Point*, *The taming of Rebecca* (Yehya, 2013) entre otros títulos que marcan el recorrido que se ha construido a través de la pornografía hardcore en el cual en cada uno de los títulos se empieza a observar como esta violencia no sexualizada se fue sexualizando, esta violencia que no tenía vinculo con la excitación sexual, de modo que las bofetadas causaran placer, una bofetadas a tal grado del llanto, que no dejaban de cuestionar su realismo a través de estas películas. Es entonces donde se pone a cuestión sobre este producto que los mismos sujetos han creado y que se muestran en cuadros de cine cuando “*la esencia de la narrativa filmica radica en “hacernos creer”, en pretender que lo que se muestra es real*” (Yehya, 2013) por lo que esas prácticas que se consume por medio del video se torna como una realidad del “deber ser” en las prácticas sexuales.

En los contenidos pornográficos se podían ver aquellas fantasías e ideas que no podían ser bien vistas por la sociedad (haciendo referencia al consumidor promedio que es el hombre) es entonces donde Naief Yehya afirma que “la pornografía tiene como objetivo fundamental mostrar lo que socialmente es considerado “inmostrable”. Más que una guía de uso o un manual de cómo y qué hacer, el porno establece una relación peculiar entre el observador y las imágenes pornográficas, que se da a través del distanciamiento del observador y protagonista” (2013) Esta forma de vernos en pantalla para ser “lo que siempre hemos querido hacer” por lo tanto ponemos en prácticas estos deseos, como nuestro protagonista en el porno teniendo relaciones con una mujer, pero la mujer que queremos “tener” en un discurso de “la mujer como objeto”.

Ante esta ola de violencia en la pornografía que se construye con la línea sociohistorica por la sociedad, la pornografía se ha reducido en la excitación a través de lo violento y la humillación donde “la pornografía es sin duda una forma de canalizar de manera segura algunos deseos peligroso, y de mantener bajo control fantasías tóxicas al limitarlas a la soledad y la más absoluta privacidad” (Yehya, 2013) deseos que han ido en aumento y mayor consumo entonces podríamos decir que la pornografía en sí ha construido deseos que deseamos ver en pantalla, y que se calla en compañía de su computadora personal, móvil o laptop; y regresando a la definición de pornografía como el conjunto de imágenes sexuales explícitas de cualquier práctica sexual que causen excitación sexual estamos detonando una importancia a lo que hoy es excitación y lo que la pornografía ha plasmado lo que tiene o no que excitar a los consumidores y a las mediaciones de consumos entonces ¿Si la pornografía ha reducido la excitación a la violencia y a la humillación y siendo un producto consumido por la mayoría de los hombres, será que las prácticas sexuales hoy en día se basan en la violencia y humillación? ¿Se estará hablando de la pornificación de las prácticas sexuales?

2.5 Pornografía en medio digitales como mediación de la sexualidad.

El término pornificación es un término acuñado por la columnista Pamela Paul en su libro *Pornified*, en como la pornografía ha dañado nuestro contexto, este término puede satanizarse al generar controversia en actos morales, por esa misma razón se comparte el termino de pornocultura de escritor Naief Yehya como “un conjunto complejo de valores, símbolos, modas, actitudes y maneras de entender el sexo” sin embargo, al acuñarle el termino de cultura al porno es englobar la trascendencia histórica por lo que se sugiere hacer uso de la pornografía para entender el sexo.

La pornografía hoy en día se manifiesta como un producto de consumo para adultos, una industria la cual comercializa con las imágenes sexuales explícitas, y hablamos desde los centros nocturnos (*table dance*, *peep shows*, prostíbulos, entre otros) donde se encuentra elementos que son parte de la industria sexual pornográfica, como es el calzado, la vestimenta, los peinados, la música, tanto de los consumidores, de los creadores, pero principalmente de las protagonista de este contenido las y los trabajadores sexuales.

Entonces al encontrar una industria de imágenes sexuales explícitas en donde el recurso más utilizado es la fotografía, para después ser el video en el internet hablamos de una mediatización de símbolos considerando que el símbolo es el “Valor no expreso entre la realidad reconocible y el reino místico e invisible de la religión, filosofía y mágico.” (Frutiger, 1981) creando así imaginarios y memorias de las prácticas sexuales plasmadas en las pantallas.

Este imaginario construido a partir de símbolos ha hecho que la pornografía sea tomada por resistencias ante esta ola de violencia simbólica; hoy en día existen productoras que quieren crear sus contenidos pornográficos bajo otros protocolos, símbolos y signos como es el caso de *In Love* donde se puede observar prácticas eróticas con respeto (vaya, sin violencia) donde se observan besos, caricias, masajes en

encuadres *medium shot* en el cual se pueden ver a la pareja, hay encuadres tanto en genitales masculinos y femeninos (donde podemos encontrar preservativos para ambos sexos), la música suele ser un elemento muy suave junto con un filtro en la imagen que suaviza los colores, a luz de día y en cuartos abiertos, como es el caso de la página *Pasionis*⁵ donde muestran videos con estas características, lo cual en esta página es llamado “Porno para mujeres” a lo que hay una llamada de atención para saber que existen géneros pornográficos para todo público.

Entonces al existir un consumo por parte de los sujetos y una resistencia de estos consumos como es el Posporno (un lenguaje equitativo sobre las prácticas entre hombres y mujeres emancipados de la industria pornográfica comercial) estamos observando un consumo que crea imaginarios sexuales en los hombres y que idealizan las prácticas sexuales, por lo que pueden modificar la cultura sexual desde un lenguaje pornográfico construido por el consumo de los sujetos en donde idealizan el sexo y que crean una atmosfera pornográfica por lo tanto dicho discurso que transversa a las prácticas sexuales del *mainstream* a lo que surge el cuestionamiento ¿Qué repercutió para que este tipo de discurso llegara rápidamente a la sociedad e influenciara en sus prácticas sexuales?

Hoy en día el internet y el uso de dispositivos móviles ha hecho que la pornografía cambie de formato, lenguaje y contenido, la pornografía como todo producto siempre se adapta a los tiempos en que este se desarrolle, no podemos hablar de la misma concepción del gusto de los 80 a un gusto del siglo XXI; el internet es un elemento que aporta nuevas formas de consumos pornográficos, desde la creación de nuevos géneros que se crean por los aportes que hacen los consumidores, hasta el acceso que se tiene a ella en cualquier parte del mundo a cualquier persona “El porno de hoy es diferente [...] esencialmente debido al brutal impacto que ha tenido la web en la manera en que distribuye y se consume pornografía en línea, así

⁵ <http://www.pasionis.es>

como la forma en que se accede a ella” (Yehya, 2013) este contacto que se tiene desde los dispositivos móviles y la computadoras *personales* han hecho que se tenga un consumo accesible de estos contenidos, haciendo un boom y desencadenando nuevos símbolos y discursos pornográficos en contextos sexuales.

Ahora, observamos que la pornografía con el pasar del tiempo reduce a manera de objeto a la mujer, las prácticas sexuales dominantes que transgreden a las prácticas eróticas separando ésta del “amor” y aceptar la humillación como un fin de excitación, entonces podemos hablar de una pornificación, dado que la pornografía han transgredido por medio de signos y símbolos las prácticas sexuales, al ponerlas en pantallas que idealizan estas prácticas que con el tiempo ha llevado al sexo como una práctica sin valor humano y solo de satisfacción (capitalista) y no de valorar ni construir, es entonces que la pornocultura es...

...una expresión del pánico moral provocado por la abundancia de expresiones pornográficas, o inspiradas en la pornografía, que han impactado la cultura popular y que, algunos imaginan, representan el fin de las relaciones sexuales entre seres humanos de carne y hueso, la muerte del afecto, el colapso de una imaginaria inocencia social o la pérdida de ciertos valores éticos del pasado (Yehya, 2013)

Entonces si todo este conjunto de símbolos y signos descategorizan las prácticas sexuales ¿Cómo otorgarle el termino pornocultura, si este género reduce el placer en la humillación y la violencia? Como se ha mencionado antes hay productos pornográficos que surgen como resistencias que los consumidores han producido, como la asociación *Fuck the forrest*, *Yes we Fuck*, *Came4* donde a diferencia de las industrias pornográficas convencionales (pornhub, youjizz, redtube, xvideos) estas asociaciones tienen un contenido (con similares lenguajes audiovisuales que la pornografía convencional) en cual buscan la democratización de las prácticas sexuales, mostrando a cuadro personas que quieran contribuir compartiendo sus prácticas sexuales no explícitas, equitativas saliendo el

hombre y la mujer a cuadro sin violencia física ni psicológica, sin estándares de “belleza”, el uso del preservativo, entre otros elementos que en ocasiones puede ignorar los productores de pornografía comercial, es entonces donde toda esta construcción de la pornografía toma sentido en pro de la sociedad.

Hoy en día no se puede erradicar esta forma de consumo, sino reconstruir a partir de lo que tenemos para estar en contexto y trabajar junto con ellos, por eso mismo al hablar que “la pornografía tiende al reduccionismo, a simplificar sus iconos y situaciones, así como a optimizar emociones” (Yehya, 2013) no se puede dejarlo afuera, y es esta acción de re-orientar la pornografía con símbolos que la misma pornografía nos otorga ante una realidad donde el consumo de tortura es aceptable y que también es posible cambiar el panorama de las prácticas sexuales con las mismas herramientas que ésta nos ha dado. Entonces el conocer esta concentración de signos y símbolos que la pornografía proporciona y que ha generado cambio en los imaginarios sexuales así como los ideales de las prácticas sexuales hablamos de la ya mencionada pornocultura “como un conjunto complejo de valores, símbolos, modas, actitudes y maneras de entender el sexo.” (Yehya, 2013) Este conjunto que puede funcionar para conocer y reconstruir como en el género denominado postporno que es donde se aborda desde las “sexualidades, activamente, como sujeto y no ya como objeto de representación. Pone el énfasis en la auto experimentación, y la mujer no juega el papel de objeto sexual pasivo.” (Leciñana, 2012) estos elementos que se observan en los videos pornográficos son símbolos que van al almacén de la pornocultura, que cuando se tenga las prácticas sexuales se tiene la libertad de decidir si utilizarlas o no. Sin embargo no toda la pornocultura se reduce al hardcore, es por ello que se aborda a la pornocultura como una puerta al conocimiento de los deseos sexuales y la tolerancia en sus prácticas, esta biblioteca de símbolos y signos que puede cambiar, no se deja afuera la pornocultura (en algunos casos) porque han construido el imaginario y el

ideal del ser sexuado pero ha servido para entender modos de placer y excitación, por ello no pasa por alto estas formas de control otorgados por la pornografía...

...que gracias a la mediación de la medicina, de la psiquiatría, de la prostitución y de la pornografía se han conectado a la vez sobre la desmultiplicación analítica del placer y el aumento del poder que lo controla. Poder y placer no se anulan; no se vuelven el uno contra el otro; se persiguen, se encabalgan y reactivan. Se encadenan según mecanismos complejos y positivos de excitación y de incitación. (Foucault, 1991)

Aunque sea un medio que mediatiza y que idealiza el placer y las prácticas sexuales, no podemos ignorar a la pornografía como un espacio para entender y comprender cómo son las nuevas prácticas sexuales y de violencia, para lo que en esta investigación se aborda a la pornografía como un conjunto de símbolos que fungen para entender y darle sentido a las prácticas sexuales.

Es entonces que después de encontrar la prioridad de conocer el trascender de este producto sexual el cual, gracias a la globalización, ha llegado hasta los rincones más escondidos del planeta y así mismo estos rincones han elaborado sus propios contenidos, también han generado a sus propios consumidores, es por ello que el siguiente apartado se abordará a nuestros sujetos de estudio en el cual se definirá a los consumidores y el por qué de ellos.

CAPÍTULO 3 CONTEXTO Y HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 ¿Dónde se realizó la investigación? Y ¿Por qué ahí?

En el presente capítulo se expondrán los antecedentes del lugar donde se realizó la investigación, para continuar con dar a conocer las razones por la cual esta institución fue seleccionada.

La Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH) creada en 1974 por el Dr. Manuel Velazco Suarez e iniciando sus actividades al año siguiente, es un espacio e institución de formación académica, en donde principalmente, los juveniles son las que lo integran.

Esta universidad cuenta con nueve campus, ubicados en Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal, Tapachula, Villaflores, Pichucalco, Comitán, Tonalá y Arriaga, en las cuales hay una variedad de licenciaturas de las que destacan arquitectura, ingeniería, medicina, derecho, ciencias agrícolas, humanidades, entre otros.

Esta investigación se centró en lo que la UNACH llama circuito universitario el cual está conformado por el campus I y campus VI. El primero cuenta con las facultades de arquitectura, contaduría y administración, facultad de ingeniería mientras que el campus VI con la facultad de humanidades, de la cual en el circuito universitario hasta el 2015 se han inscrito 8,073 alumnos, esto según el Sistema Institucional de Administración Escolar (SIAE) de la UNACH.

Para poder ingresar al instituto, se menciona en la convocatoria que “los estudiantes deberán acreditar, haber concluido el bachillerato o estar cursando el sexto semestre en forma regular, lo que les dará el derecho de conseguir la ficha que les permitirá presentar el examen de ingreso en las

distintas Escuelas” (UNACH,2012) en la cual observamos que no existe una elemento de edad explícito, sin embargo cabe recordar que en Chiapas el bachillerato, la mayoría de jóvenes se encuentran en sexto semestre a la edad de 18 años y hay particularidades de 17 y 16 años, cuestiones de la fecha de nacimiento y el ingreso a algún nivel académico, también hay que destacar que estos jóvenes tienen una concepción de estudio, a lo que...

Estudiar en la universidad es un asunto muy importante hoy en día para los jóvenes y para sus familias que en medio de la ausencia de la seguridad económica y financiera, ven en los estudios superiores una posibilidad, aunque incierta, para mejorar sus condiciones sociales manteniendo viva la promesa del progreso a través del merito individual. (Rojas, 2011, P.3)

Esta concepción de seguridad económica y financiera, va de la mano con lo que hemos llamado jóvenes urbanos integrados, los cuales son una categoría de juventudes que dan respuesta al sistema adultocentrista, jóvenes que estudian la universidad, porque es ahí donde “deben” de estar así mismo hay que considerar que “Las universidades legitiman (distribución y operación), a través de un proceso de credencialización, un cierto tipo de conocimiento/discurso y sobre todo le otorgan un estatus a sus poseedores.” (Barraza, 2005) este estatus y conocimiento es la reproducción del bienestar social y económico que se ha reforzado con la historia anterior de la *generación X*; es por ello que las universidades son espacios idóneos para encontrar a jóvenes apegados al sistema, con oportunidades de consumo y “crecimiento social”.

Otra característica para encontrar y determinar a los jóvenes urbanos integrados es que “La universidad es un escenario donde se desarrolla la vida de los jóvenes y las jóvenes que han logrado acceder a un modelo no solo excluyente, sino que los encierra y las encierra en un marco fundamentalmente académico orientado hacia la formación para el desempeño de una profesión.” (Murcia, 2008, P.823) hay aclarar que la universidad es una construcción social de lo que “debe de ser” porque hoy en día podría considerarse a la universidad como una institución de

inclusión e integración a la sociedad, considerando que la universidad era, con anterioridad, un espacio de formación para obtener un título y así integrarse con éxito a la sociedad, un espacio apropiado para los jóvenes urbanos integrados, porque es con estas instituciones que dan paso al mundo laboral pero sobre todo al placer del carácter adultocentrista, “el deber tener un título en mano”.

3.2 Metodología.

Como se mencionó en el apartado anterior para este trabajo el enfoque se centró en los jóvenes universitarios de la UNACH, mientras que se considera que la intención de los estudios culturales es dar a conocer a los otros y dar voz desde su contexto, lo que propone esta investigación es poder comprender esa realidad a través de sus realidades de consumo y no dejar a un lado el crecimiento como investigador de quien esto redacta y la ignorancia del tema sobre pornografía.

Este trabajo se elaboró a partir de un enfoque fenomenológico-interpretativo que fue usado “como un método analítico descriptivo de las vivencias del pensamiento depuradas de elementos empíricos, que interpreta la realidad mediante la reducción” (Fermoso, 1989) este ejercicio de abstracción(reducción) será realizado bajo este paradigma considerando a sujetos reflexivos del consumo para, así conocer el uso y la apropiación y así observar el consumo cultural pornográfico, esto con apoyo de una perspectiva antropológica y sociocultural, acercándose a los sujetos de estudio y con una investigación cualitativa se pudo conocer de manera más cercana la realidad.

Como se eligió con un enfoque fenomenológico-interpretativo, se basa a partir de lo cualitativo donde "se centra especialmente en reconstruir los patrones simbólicos que se expresan no tanto objetiva sino intersubjetivamente, incidiendo más bien en las esferas del 'mundo de la vida'" (Denman y Haro, 2000)

Esta cercanía de entender su percepción del mundo sobre lo que representa la pornografía en la vida del sujeto y así conocer sus usos y apropiaciones de este consumo.

La información que se recabó en esos momentos fue interpretados desde la propia perspectiva "Este proceso, como el de la interpretación debe ser concebido como una espiral, donde cada etapa se apoya y alimenta de las demás" (Denman y Haro, 2000) es una construcción constante de análisis, sin perder el fin de la investigación.

Para poder recabar información, recurrí a herramientas de investigación que para este trabajo fueron: Encuestas, Entrevistas, Grupos Focales y Observación participante.

3.2.1 Encuestas

Esta herramienta se consideró para obtener un panorama amplio del cuál sería las reacciones de los sujetos al aplicar la encuesta y observar a través de los resultados cuál podría ser el índice de consumo de pornografía en línea, si consideramos que la encuesta es "...una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población" (Fernando, 1993) es entonces que la encuesta representará a un colectivo universitario en el cual se obtendrán resultados objetivos, con los datos duros que las encuestas generen y subjetivos, con las preguntas abiertas y las reacciones al momento de aplicar.

3.2.1.1 Muestra

En el párrafo anterior se habló de la representación de un colectivo la cual se llamará **muestra** para esta investigación, esta la define Arias como "... un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible" (2005,

P.83) esta población se obtendrá en lo que expuso en el apartado anterior como circuito universitario y será finita ya que se cuenta con 8,073 estudiantes en este espacio

Se utilizó una muestra no probabilística la cual define Sampieri como “subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no dependen de la probabilidad sino de las características de las investigación.” (2006, P.241) esta investigación requiere a jóvenes estudiantes universitarios para poder obtener el resultado que se busca.

Entonces, para obtener esta muestra de este sector en específico se recurre a la fórmula que Herrera propone:

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

Donde:

- N = Total de la población
- $Z_a = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en la investigación use un 5%).

3.2.2 Observación Participante

Para poder obtener información se decidió utilizar esta herramienta y así conocer los consumos que hacen los sujetos consumidores de pornografía y que fueron recabados en las entrevistas, además que se considera pertinente agregar, que para poder definir de qué se habla se tiene que conocer y en algunos casos consumir.

Utilizar la observación participante apoyó para explicar los consumo que hacen lo sujetos, y esa información se obtuvo en las entrevistas y los grupos focales, para esta forma de observación “los observadores se

colocan en la misma situación que las personas observadas logran comprensión existencial del mundo tal como la perciben y la sienten las personas a quienes estudian” (Álvarez-Gayou, 2003) este ejercicio funcionó para conocer los contenidos y la subjetividad de la pornografía que los sujetos consumen.

Esta observación participante se realizó a partir de la información recabada en las entrevistas, y esta observación participante es la visita a espacios físicos y digitales donde se realiza consumo pornográfico como:

- El cine Rex
- El ciber Rex
- Cabina privadas de la SexShop 60°
- Festival Pos-pornográfico
- Consulta de páginas pornográficas
 - Xvideos
 - Morritastube
 - La mazmorra de lo grotesco
 - Azteca porno
 - Porhub
 - Youjizz
 - Humoron
 - Efuck

La visita a estos espacios ayudaron al investigador a conocer las cuestiones prácticas del consumo, sentir y razonar estos productos ayudaron comprender más de cerca las experiencias de los sujetos con el producto otorgando al investigador un panorama distinto para este trabajo.

3.2.3 Entrevista a profundidad

Esta herramienta es un preámbulo a los sujetos de estudio, es un momento de escucha y dejarlos contar lo que ellos quieran compartir desde sus realidades, este método pretende rescatar las reflexiones de los sujetos sobre este tema.

La entrevista es una riqueza de fuente, debido que la información que dota es a partir de su propio ángulo o su misma realidad. Esta

herramienta "demanda el testimonio del actor, del que vivió desde diversos ángulos los procesos; requiere de su memoria y percepción sobre determinados eventos pasados" (Garay, 1994) Por lo que en la entrevista se pueden encontrar factores del pasado para poder encontrar todo estos elementos que los hacen ser y que sin duda alguna lo mediatizan. Recurrir al pasado es hacer mediación cognitiva, la cual se basa en el pasado para poder responder el propio presente. Esta herramienta brindó la posibilidad de conocer cómo ha sido la construcción de las prácticas sexuales y qué es lo que le da sentido a dichas prácticas sexuales, cómo éste las ejecuta.

A inicios de agosto de 2014 se empezó a hacer un trabajo de búsqueda de consumidores de pornografía, la cual fue una tarea complicada, porque la pornografía es un consumo oculto (Yehya, 2012) no se evidencia en la vestimenta, peinados, perforaciones o tatuajes, es entonces donde el diálogo y la confianza fueron elemento claves para conciliar a estos sujetos de estudio, cabe mencionar que habían estudiantes interesados en la investigación, sin embargo no a todos les tomé la palabra porque cuando se charló con estos sujetos la entrevista se prestaba a las risas y a respuestas muy producidas, buscando a la pornografía como este medio para manifestar su diferencia respecto a su manera de pensar en el ramo sexual. Al finalizar la búsqueda me quedé con tres sujetos consumidores de pornografía los cuales son hombres.

Los sujetos aceptaron ser parte de las entrevistas y del grupo focal pero a partir del anonimato, por la construcción social que conlleva la pornografía hoy en día, ya que temen exponer su consumo y por lo tanto (según ellos) su identidad.

Para llegar a estos sujetos se tuvo que pasar por un filtro durante los meses de agosto y septiembre hasta que el tema de la sexualidad saliera a la conversación, de los cuales se buscaron sujetos que fueran consumidores de pornografía y universitarios.

Para este primero momento se realizaron entrevistas a seis jóvenes que cursan la universidad en la institución ya mencionada, estos jóvenes

son consumidores de pornografía en diversos géneros, los cuales serán descritos a continuación:

- Sujeto A
 - Varón
 - Estudiante de la licenciatura en administración
 - 20 años de edad
 - Consumidor de pornografía

- Sujeto B
 - Varón
 - Estudiante de la licenciatura en sistema computacionales
 - 24 años de edad
 - Consumidor de pornografía

- Sujeto C
 - Varón
 - Estudiante de la licenciatura en administración
 - 22 años de edad
 - Consumidor de pornografía

- Sujeto D
 - Varón
 - Estudiante de la licenciatura en comunicación
 - 21 años de edad
 - Consumidor de pornografía

- Sujeto E
 - Varón
 - Estudiante de la licenciatura en comunicación
 - 22 años de edad
 - Consumidor de pornografía

- Sujeto F
 - Varón
 - Estudiante de la licenciatura en comunicación
 - 24 años de edad
 - Consumidor de pornografía.

Estas entrevistas fueron organizadas en una sesión de dos horas, durante el mes de octubre, en un contexto agradable y cómodo para los entrevistados, lugares que el investigador sugirió, sin embargo lo sujetos buscaban espacios en el lugar que estuvieran alejados de otras personas para ser discretos con el tema.

3.2.4 Focus Group

Esta es una herramienta que se constituye por un grupo de informantes y/o un grupo de discusión los cuales se especializan en un solo tema, en estos grupos el investigador (quien tiende a ser el guía del focus group) tiene que adecuarse a las circunstancias “Cada moderador puede adecuarse a un estilo”(Russi,1998) las cuales se dan de acuerdo al contexto, puede ser necesario que intervenga; sin embargo, hay momentos donde los mismos sujetos expresan sin necesidad de ser dirigidos porque son participativos, para poder realizar esta herramienta se debe tener la sensibilidad de escuchar y percibir, saber en qué sentido va la ruta y si estamos consiguiendo lo que buscamos.

Hay que colocarse en una posición estratégica, en forma de encuentro, no de búsqueda. Así, el grupo es una fábrica de discursos que hacen uno solo, el del mismo grupo. Este discurso se produce a través de discursos individuales que chocan y se escuchan, y a su vez son usados por los mismos participantes en forma cruzada, contrastada y enfrentada (Russi, 1998)

El grupo focal se elaboró con cinco informantes que fueron entrevistados, ya que la persona F decidió no participar por razones de anonimato por lo que se invitó a otro sujeto a este grupo focal, los participantes no se conocían entre sí.

El grupo focal se elaboró en una sala de reuniones en la cual se buscaba un espacio aislado y los informantes se sintieran cómodos de compartir experiencias con la pornografía.

Para esta técnica se mostraron dos videos pornográficos uno perteneciente del genero *softcore* y el otro al *hardcore*, la cual dio paso para discusión de

- ¿Qué es lo pornográfico?
- ¿Qué les gusta ver en la pornografía?
- ¿Qué los lleva a ver pornografía?
- ¿Cuál es la diferencia de los que ven porno y de los que no?

- ¿El porno es un producto para hombres?
- ¿Qué hacen mientras ven pornografía?
- ¿Para qué ver pornografía?

Entre otros cuestionamientos que surgieron durante el grupo focal, el cual tuvo una duración de tres horas, sin intermedios, considerando que hubo un interés positivo de los participantes lo cual hizo que la discusión fuera de lo general a lo particular, sin perder el interés de este grupo focal el cual fue conocer el consumo cultural de la pornografía de los jóvenes universitarios.

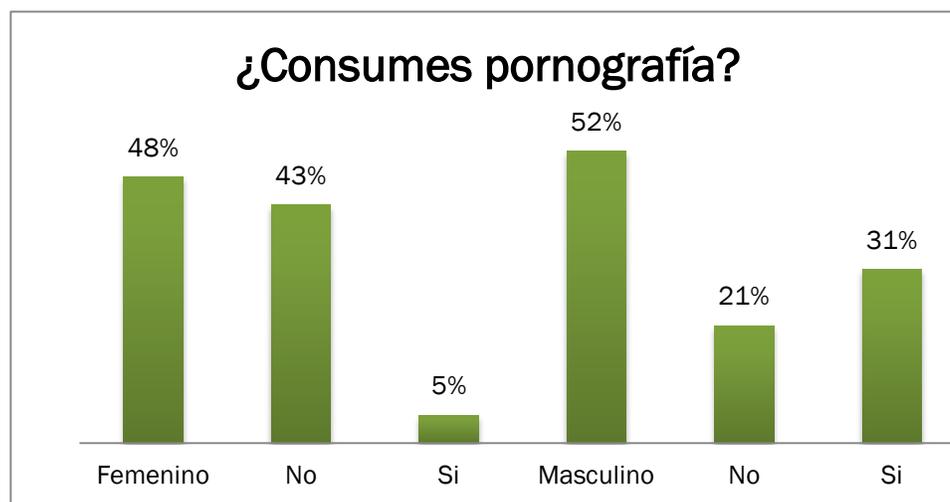
La temporalidad de este trabajo fue en el periodo de dos años (Agosto 2013- Junio 2015) la cual constó de tres etapas, iniciando en 2013 con la construcción del problema y el marco teórico hasta, agosto del 2014, dando paso así al trabajo de campo en donde se hizo el levantamiento de encuestas, las entrevistas y el grupo focal y así para inicios del 2015 comenzar con el análisis de la información recabada.

CAPÍTULO 4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para este capítulo se harán los análisis de resultados obtenidos en las técnicas de levantamiento de información; utilizadas tanto de manera cualitativa y cuantitativa, de las cuales al final se propondrá un análisis completo para conocer el consumo cultural pornográfico de los jóvenes.

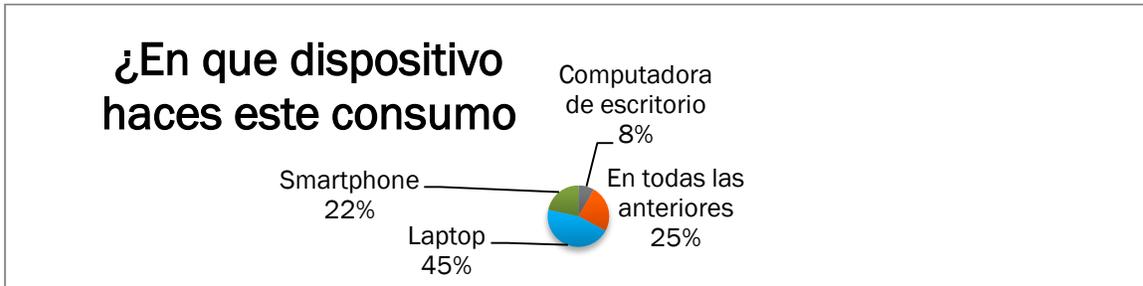
4.1 Resultados

Los resultados de estas encuestas no son determinantes para este trabajo, ya que como se mencionó es un trabajo de aproximación; lo cual colabora para tener un panorama amplio de lo que es el consumo y el consumo cultural de los jóvenes consumidores de pornografía, a continuación se presentará los resultados más relevantes de la encuesta, los que servirán para el análisis que se abordará en el siguiente capítulo.

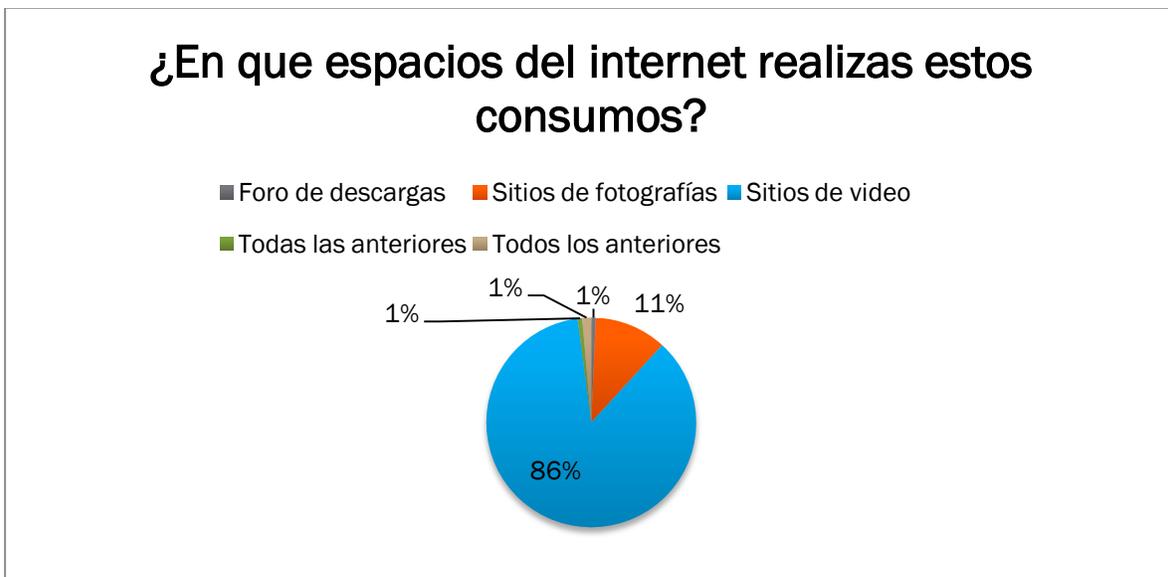


Esta primera gráfica demuestra que el consumo pornográfico es un consumo hecho mayormente por los varones, cuando observamos el contraste con la respuesta negativa de las mujeres con la de los hombres, sin embargo no descartamos que el consumo femenino no sea relevante

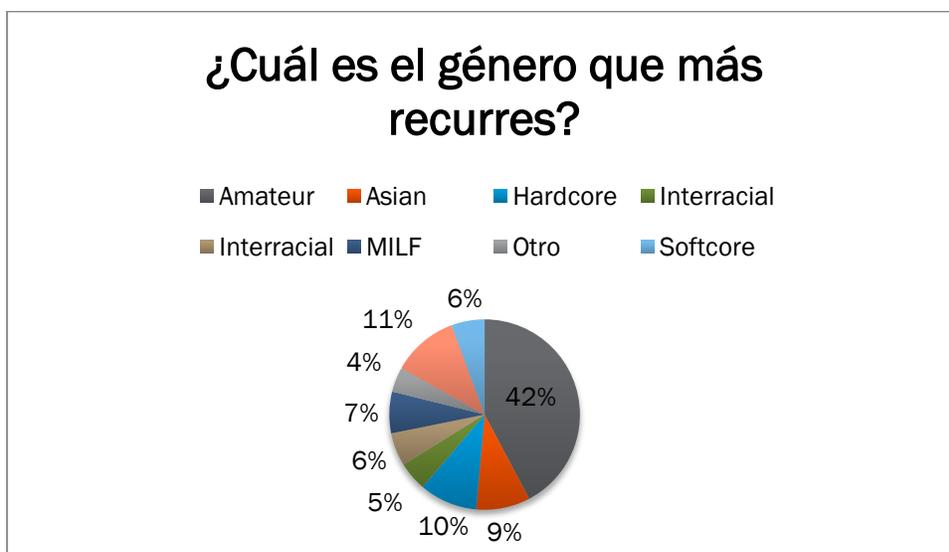
porque de este resultado también podemos destacar las pocas mujeres que evidencian su consumo, como se ha dicho en apartados anteriores, la pornografía se consume secretamente a voces, y esto se debe tener presente para análisis de dicha gráfica.



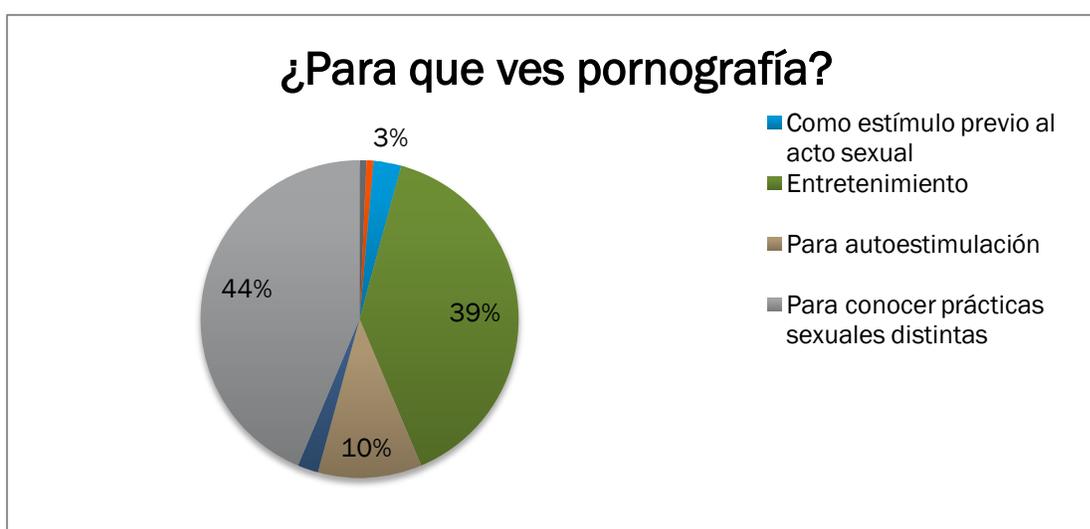
El consumo de pornografía que hacen los jóvenes se realiza más en las laptops, seguido por el Smartphone y por último la computadora de escritorio.



El formato de video es uno de los más consumidos por lo tanto los espacios de consumo son los llamados *tube* es en estos espacios donde se puede acceder de manera gratuita para su consumo, es aquí donde encontramos la relación de la pornografía del acceso directo, ya que jóvenes respondieron que no pagan el consumo pornográfico porque es gratis.



Esta gráfica muestra que uno de los principales del género pornográfico es en género *amateur* (no profesional) el cual también podemos encontrar páginas *tubes* especializadas en ese tema, a lo que podemos concluir que los jóvenes tienen un gusto por lo real y no por lo producido, considerando que este género está por encima del *hardcore*, sin embargo habría que preguntarnos ¿Qué es lo que los jóvenes gustan de ver en ese porno amateur?



Esta pregunta directa nos muestra dos respuestas predominantes, “entretenimiento” y “para conocer prácticas sexuales distintas” estas dos respuestas se sugirieron para conocer el uso

imaginado de la pornografía, y es por estas razones que esta herramienta solo funge como una herramienta de aproximación para ponerla en contraste con las siguientes herramientas, las cuales marcaron un escenario distinto sobre esta pregunta.

Ahora bien, los resultados aquí presentados son expuestos para conocer la funcionalidad de la herramienta, la cual ha sido de ayuda para esta investigación cualitativa, hay que recordar que estos resultados no serán desechados sin antes pasar a un análisis subjetivo en comparación con los resultados de las siguientes herramientas; en los siguientes apartados solo se explicarán las herramientas utilizadas y no se presentarán resultados duros, ya que esa información se plasmará junto con el análisis en el siguiente capítulo.

4.1 Análisis de Encuestas

Este primer acercamiento al campo se presentó una realidad del consumo pornográfico, desde el primer momento que se aplicó la encuesta habían alumnos que no decidieron contestar, sin embargo un elemento importante al momento de aplicar la encuesta era explicarle a los estudiantes que había una opción de respuesta que decía “no consumo pornografía” ante esta explicación, los estudiantes que en principio habían rechazado la encuesta, decidieron participar, algunos decidieron responder en automático la opción que se les había presentado, mientras que otros estudiantes decidieron leer el resto de la encuesta, en algunos casos algunos estudiantes que en un principio habían decidido no responder, cambiaron de opinión y respondieron las encuestas, afirmando su consumo, estos motivados al ver que sus compañeros contestaron la encuesta libremente.

Es entonces, que la aplicación de esta encuesta dio una primera impresión al ver que el consumo colectivo normaliza el consumo de este

producto, dando la confianza a los estudiantes de responder de forma libre, aceptando o negando su consumo.

Otro elemento que se observó durante el levantamiento de las encuestas fue la distinción de géneros por medio de burlas y el sarcasmo entre la interacción de estudiantes del mismo género o del género opuesto, los comentarios eran dichos un momento después de entregar las encuestas, con el compañero o compañera que estuviera cercano y también a la lejanía hubieron comentarios que tenía que escuchar algún compañero que estuviera a la lejanía.

En la interacción hombre-hombre hubieron comentarios como “ahí te hablan, ya cacharon tus marranadas” ó “yo no veo, soy virgen hasta de los ojos [risas]” esta clase de comentarios trataban de ocultar su consumo, dado que la pornografía exhiben cuerpos y coitos, los cuales son elemento de la sexualidad que aún se rigen de una postura judiocristiana, otro factor que se observó fue que los hombres que afirmaban su consumo con una aparente reafirmación de su masculinidad e intelecto “Yo si veo, ¿Para qué me hago pendejo? Ni que fuera puto” mientras que otros opinaban lo contrario “[risas] ni que fuera puto para andar viendo verga” y era con esta clase de comentarios que comenzaban una discusión para determinar ¿Qué era ser homosexual y que no? Y fue con la pornografía en donde los jóvenes buscaban su identidad sexual, determinando que la excitación sexual es una determinante de tu identidad sexual.

Otro tipo de interacción que se observó al momento de levantar las encuestas fue de hombres para mujeres en donde comentarios como

-Órale María, di la verdad [risas]

-Tas bien loco, ni que fuera tú.

Dan a demostrar la distinción del otro a través de su consumo, este comentario deja entre ver, que hay mujeres que consideran que el consumo pornográfico es algo que se encuentra fuera de los convencionalismos y que solo es cosa de hombres, esta clase de interacción de hombre-mujer despertó el interés principalmente en

varones, haciendo constante preguntas a mujeres estudiantes, como “¿y vos que respondiste?” y dependiendo la respuesta, era la reacción del varón, cuando la mujer respondía que no, habían varones que negaban su consumo mientras que en la encuesta había afirmado su consumo; y cuando la respuesta de la mujer era positiva y la del varón también, la charla se tornaba íntima de tal manera que empezaba a intercambiar sus experiencias con la pornografía y sus prácticas sexuales; esta interacción de hombre-mujer demuestra un elemento de distinción en la que podemos observar que si la mujer tiene una libertad de consumo y placer sexual, el hombre infiere que la mujer desea lo mismo que él, sin embargo en la siguiente interacción, se observa que el consumo pornográfico que hacen las mujeres es distinto al de los varones.

La última interacción observada fue la de mujer-mujer en donde, en lo personal fue la más difícil de observar, ya que las mujeres solían hablar en voz baja sobre su consumo, de lo cual se observó que las mujeres que respondían no consumir, eran mujeres que tendían a platicar, para definir lo que consumían.

-¿Ustedes ven porno? Yo una vez lo ví y no me gustó, pero lo que si me gusta es lo erótico, los besos las caricias, pero en pintura o en películas, ¡jjo! Burro ya me imagino viendo un video de esos [risas]

-A mi también, porque es más gracia, no que ahí (el porno) puro mete y saca, ya sin gracia.

En este diálogo se observa otro punto de distinción entre lo erótico y lo pornográfico, el sentimentalismo es un elemento que le da sentido al no consumo de la pornografía, el sexo por sexo, lo cual está muy distante de las obras de arte y/o películas eróticas, sin embargo aún se sigue observando esta distinción.

Lo anterior fue agregado a esta investigación dado que la encuesta es una técnica para obtener información cuantitativa, sin embargo la experiencia de aplicar esta encuesta y el sentido de interpretación nutren

este trabajo, no dejando así estos elementos que sirven para las conclusiones finales.

Ahora bien, se presentarán los datos cuantitativos obtenidos para luego hacer una interpretación de los mismos; cabe aclarar que los datos de realización y muestra fueron presentados en el capítulo anterior, por lo que no se explicará en este momento.

Uno de los datos relevantes de la encuesta fue el consumo pornográfico entre hombres y mujeres, de lo cual el 48% de mujeres encuestadas el 43% contestó que no hace consumo pornográfico mientras que el 5% respondió que sí; por otro lado el 52% de los hombres encuestados el 21% contestó no hacer un consumo mientras que el resto, el 31% afirma consumir pornografía, ante estos resultado (no determinantes) se observa que la pornografía es un producto en donde el hombre es uno de sus principales consumidores y es entonces que a partir de este resultado se decidió centrar la atención en los estudiantes hombres consumidores de pornografía, al observar que los hombres son los más expuestos a este consumo transgresor.

Dado lo anterior, es importante aclarar que esta información no es determinante ya que hubieron muchos factores que mediaron las respuesta de los estudiantes (la cual una de ellas y la más importante son las interacciones anteriormente presentadas), sin embargo no son exentas de ser analizadas.

La siguiente pregunta fue ¿En qué medio (dispositivo) haces este consumo? en donde encontramos que el 45% de los consumidores de pornografía (hombres y mujeres) lo hacen en su *laptop*, el 22% lo hace en su *Smartphone*, el 8% en su computadora de escritorio y el 25% en todas las anteriores, al existir una opción de otros y observar que no existe respuesta, se observa que estos son tecnologías de almacenamiento y navegación de internet la cual va con relación a la siguiente pregunta.

¿En qué espacios del internet realizas estos consumos? Del total de consumidores el 86% respondió que en sitios de video dicho porcentaje va

con relación a la siguiente pregunta ¿En qué formato haces ese consumo? Coincidiendo que el 87% de estudiantes hacen su consumo en formato de video, ¿Qué pasa con la foto? La cual solo tiene 8%, sucede que en la era de la digitalización hubieron cambios en la industria pornográfica en la cual vemos que la industria pornográfica presta más atención en los videos, por cuestiones de realismo y movimiento, dicho formato de consumo va con relación a las entrevistas y al grupo focal, en el cual se observa que el video muestra lo real, el consumidor no tiene la necesidad de recrear o imaginar, sino que la pornografía en video determinar todo lo que quieres ver y desear.

La pregunta que sigue muestra un colectivo del gusto y de lo que buscan en la pornografía ¿Cuál es el género que más recorres? Estando muy por encima del *hardcore*, interracial, *MILF*, *softcore*, *asian* con un 45% fue el porno *amateur*, ese porno que hacen algunos consumidores grabados por su dispositivo móvil, ese porno donde se ven personas que quieren compartir sus relaciones sexuales, ese porno es el que prefieren los jóvenes estudiantes, entonces los jóvenes prefieren ver a parejas no producidas de la industria pornográfica, prefieren actos “reales”, situaciones reales, que podrían los jóvenes estar experimentando y no situaciones lejanas a su realidad como es en el caso de la pornografía profesional.

Otro aspecto que se encuentra dentro del consumo pornográfico son los horarios en que se realizan y los espacios donde estos se realizan, la pregunta ¿En qué espacios haces estos consumos? Develan que el 3% lo realizan en *cibers*, el 4% en los sanitarios de su hogar, el 8% en la sala y con el 84% en su propia habitación, que este consumo se haga en un espacio de privado, deja en evidencia que la pornografía no es una práctica que se haga a lo público, también observamos que la pornografía sigue siendo un consumo en la mayoría de los estudiantes se hace en su intimidad considerando que su habitación es un espacio privado, en el cual duermen, se cambian y hacen prácticas propias de su persona.

Por otro lado se hizo la pregunta ¿En qué momento del día decides hacer este consumo? A lo que el 7% comenta que ve pornografía por la mañana (9-11 am), el 8% en la tarde (12-7pm), mientras que el 24% en la madrugada (12-3 am), el 28% por la noche (entre 7-11 pm) y el 34% comentó que no considera horario para ver pornografía.

Estos resultados demuestran que el horario no es un factor determinante para ver pornografía, sin embargo ante la oscuridad que otorga la noche se puede observar la relación entre el 28% y el 24% considerando que ambos son horarios donde el sol ya no es un factor constante, si hacemos esta relación se obtiene un 52% de horarios nocturnos encontrándose muy por encima del 34%, ahora bien esto podría dar una aproximación de la pornografía con la noche y con relación la intimidad de la habitación, considerando una vez más que el espacio público tiene un horario para descansar y es la noche la que utiliza la mayoría de las personas para darse dicho espacio, haciendo de la noche un espacio íntimo como la relación de la pornografía y la habitación.

Por último se preguntó ¿Para qué ven pornografía? En la cual encontramos que 3% respondió que la ven como estímulo previo al acto sexual, el 10% para autoestimulación, el 39% para entretenimiento y el 44% para conocer prácticas sexuales distintas, estos resultados parecieran verse algo confusos e incluso como una forma de justificar su consumo, sin embargo esta pregunta se ve más clara a partir del grupo focal y las entrevistas realizadas, al decirnos que *“yo veo porno, no solo para jalármela, sino pues al mismo tiempo me entretengo y de paso checo que tanto puedo hacer con mi fuckfriend...”* (Sujeto B) se presenta a colación este comentario para darle sentido a las respuestas de esta pregunta sin embargo las relaciones de los resultado obtenidos se realizará más adelante.

La presentación de la encuesta otorgó al investigador un panorama amplio de lo que podría ser el consumo pornográfico, dando pie a la elección de sus informantes, también se observa en la encuesta pero sobre

todo en la práctica de presentación que existe una distinción de consumo entre grupos de mujeres y hombres e incluso dentro de los mismos varones, una distinción social con relación a la sexualidad, una distinción entre sanos-enfermos, un proceso ritual (en apariencia) de lo que se hace para llegar a ser hombre.

4.2 Análisis de entrevistas

Este apartado es uno de elementos base para esta investigación porque es aquí donde observamos con precisión las categorías presentadas del consumo cultural de Nestor García Canclini, categorías presentadas en el primer capítulo de esta investigación.

Los sujetos entrevistados son consumidores de pornografía de distintos géneros, considerando que el sujeto A prefiere ver pornografía amateur; el B y E, hardcore; el sujeto C, porno asiático; el D, porno interracial y el sujeto F centra su consumo de *Big Ass*⁶, estos sujetos podrán tener un distinto consumo sin embargo en esencia consumen un producto para satisfacción sexual.

Así también, el tiempo de consumo varía entre cada uno, sin embargo la media de consumo es una a dos horas por tiempo acumulado a la semana, considerando que los sujetos consuman dos horas, estamos hablando de un video de 17 minutos diarios aproximadamente.

Ahora bien, lo que se procuró encontrar en estas entrevistas son aspectos de distinción, ritualidad y objetivación del deseo, de los cuales hubieron respuestas positivas ante las categorías que se proponen para conocer el consumo cultural.

Para hacer el siguiente análisis englobaré las seis entrevistas y las organizaré a través de las categorías, para hacer práctico este análisis, con la cual comenzaremos con la categoría de distinción.

⁶ En este género se prioriza mostrar los glúteos de las mujeres

4.2.1 Distinción entre consumidores de pornografía

La pornografía es un producto que los sujetos hacen en formato audiovisual, para obtener un mayor acercamiento a lo real y al placer, este primer momento de análisis parte de los que consumen y no consumen pornografía, así mismo existen una distinción entre los mismo consumidores para diferenciarse entre otros como aporta Canclini “las diferencias se producen cada vez más no por los objetos que se poseen sino por la forma en que se los utiliza” (1993; P.27) estas diferencias las podemos encontrar en frases como

- *Yo no solo veo porno para masturbarme si no para pasar el rato y como no soy tan curioso [risas] digo también puedo imaginar para poder ver eso que veo en el porno (Sujeto A)*
- *A veces pues, veo porno con mis amigos pues, [risas] y pues para que se calienten y así darle llegue [risas] hay que aprovechar a las amigas que también les gusta pues (Sujeto D)*
- *Estoy en un grupo de whatsapp en donde nos mandamos porno, y pues ahí, pura pendejada mandan [risas] (Sujeto B)*

Se observa que la pornografía no solo sirve para estimular el placer sexual, sino que funge como una medio para interactuar como es en el caso del porno como *chiste* o como un elemento para concretar un acto sexual como es en el caso del sujeto D, así como una forma de entretenimiento y conocimiento, otro elemento de distinción es que para esta investigación los varones le dan un uso distinto a la pornografía, mientras que los sujetos externos a este consumo se infiere que la pornografía es solo un producto para excitar.

Otro elemento que se encontró en el consumo pornográfico es el uso del consumo como distinción económica entre el consumidor de pornografía en *HD* y entre los consumidores en calidad estándar respondiendo al argumento de Canclini que el consumo sirve “para ocultar las diferencias por las posesiones económicas, se busca justificar las

distinción social por los gustos que separan a unos grupos de otros.” (1993,P.27) en argumentos como

- *Si voy a ver, voy a ver bien, no mamadas, luego andar viéndolo en el celular da una hueva y ni se ve bien* (Sujeto E)
- *Cuando veo porno, lo hago en mi cuarto conecto la lap a la tele y en HD ¡papá! bien chido, la neta si tuviera paga, pagaría una anualidad, suputamadre te imaginas [risas] bien rico* (Sujeto F)
- *Ni que tuviera paga, si con trabajo robo internet, por eso lo que se tiene en la mano, por eso es bien chido el porno amateur porque ahí no importa la calidad* (Sujeto C)

Esta distinción oculta de los sujetos que tienen la posibilidad de tener acceso al internet determinar la distinción económica y esto a través de la calidad e incluso del género que consumen, esta exigencia de poder ver bien la imagen denota poder tener la capacidad económica de poder pagar el acceso de internet sin tener la dificultad de acceso, como es en el caso del sujeto A, así también este mismo joven comenta *si tengo oportunidad descargo el video para guardarlo en mi computadora y así verlo con más calma en mi camita y no estar incomodo con el celular, luego cansan las dos manos [risas]* (Sujeto A).

Ahora bien, otra forma de distinguirse entre los hombres consumidores es en los contenidos que ellos ven, estos consumos no tienden a ser radicales y alejados de la hegemonía del placer sexual construido a partir de la pornografía, en apariencia, porque hay ciertas variaciones entre los mismos consumidores y es ahí un espacio de distinción a partir del contenido, para este argumento comenta Bourdieu “apropiarse una obra de arte es afirmarse como el poseedor exclusivo del objeto y del gusto verdadero por ese objeto, convertido así en negación reificada de todos aquellos que son indignos de poseerlo, por falta de los medios materiales o simbólicos necesarios para apropiárselo...” (1988,P.280) esta categoría de consumo podemos observarlos en comentarios como:

- *No ando viendo pendejadas, a mi me gusta verlas depiladas, buena chichi, preciosas, bonita silueta y que les den, o sea lo chido, la neta (...) la neta yo considero, que los ven gente que se caga, que se orinen ya no es porno, esas son puras chingaderas (Sujeto C)*
- *Pues, prefiero ver hentai⁷ ta' más chido, ahí puedo ver lo que uno no se imagina pues, en cambio en donde se ven personas, pues llega ser aburrido (Sujeto E)*
- *We, es que no mames, ver una teeneger, es lo más rico, jovencitas ¿A quién no le gusta las chamaquitas? No digo que lo demás no está chido, pero we eso esta cabrón. (Sujeto F)*

Esta distinción demuestra que los sujetos apropian su gusto como el “mejor” y en algunos casos desprestigiando el resto de los géneros, una vez más se observa el uso de la pornografía como un acto de identidad y apropiación, al momento de determinar que un género es mejor que el otro, determinado a partir de su experiencia con el producto.

Otro elemento que se observa en esta categoría es ver a la mujer como un objeto de placer, en el cual el fin de todos los géneros es ver a la mujer gozando/sufriendo dicho placer *hay que verlas hasta desarmadas* (Sujeto F) dijo un sujeto al hacer referencia que ese es el fin de la pornografía, acotaré esta observación para esta investigación ya que no se abordará en este trabajo.

El análisis anterior muestra categorías de consumo como distinción entre los sujetos consumidores de pornografía, esta distinción no se lleva de manera explícita a través de ropa, peinados, cuerpos, accesorios sino a través de su consumo de contenidos, el medios y modos por el cual hacen este consumo, uno de los comentarios que me ha llamado la atención es saber que la pornografía es un consumo oculto (Yeyha,2012) de lo cual coincide quien esto indaga.

⁷ Genero pornográfico asiático, donde los actores y actrices son dibujos animados.

4.2.2 Objetivación de los deseos sexuales a través del consumo pornográfico

En el párrafo anterior se observa el uso de la pornografía como un distintivo entre grupos sociales y de clases (cuando hablamos de erotismo y pornografía), este apartado haremos una ruptura de distinciones para conocer que estas distinciones solo son cuestiones de estructuras para poder justificar la apropiación que le dan al verdadero consumo.

Es en la objetivación del deseo donde se encuentra uno de los motivos de apropiación de consumo, como mencionamos en capítulos anteriores Canclini aporta “Además de tener necesidades culturalmente elaboradas, actuamos siguiendo deseos sin objeto, impulsos que no apuntan a la posesión de cosas precisas o a la relación con personas determinadas” (Canclini,1993,P.30) y es en la pornografía donde esto último obtiene sentido, por una parte se discute la posesión de materiales pornográficos, sin embargo, dado al cambio de la industria los jóvenes urbanos prefieren verla en línea y no descargarla, a menos “... que fuera un video muy *chido* y valiera la pena guardarlo” (Sujeto A) sin embargo este video más que tenerlo en físico o en un archivo digital y/o presumirlos a sus amigos, lo que se busca es poder guardar ese placer, almacenar esas prácticas, no solo en su computadora, sino almacenar ese contenido es un video en donde se pueda ver todo aquello que no se pueda ver pero se desea tener, es por eso que en los archivos pornográficos se busca objetivar este deseo, el cual nunca (según Lacan) será obtenido.

Los sujetos externalizan una ausencia en su realidad que no pueden obtener, ese deseo de estar con una mujer *chichona* (Sujeto C) *culona* (Sujeto D) *que quiera coger todo el día* (Sujeto B) *y es por eso que recurro al porno amateur, porque ahí puedo ver y sentir, lo que no puedo tener solo puedo desear* (Sujeto A), estos argumentos dan pie a que el placer que no se tiene se puede desear a través de lo que quieren ver.

Los sujetos entrevistados demostraron frustración, al no poder tener en la “vida real” lo que desean sexualmente, usan el consumo de la pornografía como objetivación de sus deseos sexuales.

- *Te empedas, andas bien pinche horny, no coges en la peda, ves porno y te la jalas* (Sujeto C)
- *Pues yo no tengo amigas, pero estoy seguro, que si algo quiero ver, en el porno lo voy a encontrar, y pues no estoy necesitado [risas]* (Sujeto E)
- *We, mira pichi, sabes que no puedes andar por la vida cogiendote a toda morra que ves, y para eso, porniwis papá* (Sujeto F)

Esta objetivación no gira en torno a las frustraciones sexuales que los jóvenes puedan tener, sino que sirve como una vía de sustitución del placer *carnal*, los jóvenes ven la pornografía como medio de desfogue del deseo sexual, estas prácticas hacen ver al consumo de la pornografía como una alternativa del placer sexual y sobre todo a sesear el deseo de los jóvenes.

Otro elemento que se encontró en entrevista de los jóvenes urbanos la visita de *Cam Chats* la cual son páginas web a donde los jóvenes recurren para ver a modelos en vivo haciendo un show sexual como masturbarse, relaciones sexuales, masoquismo y entre otras prácticas, estas páginas son recurridas por tres de los sujetos entrevistados de los cuales comentan:

- *¿Has entrado a chatturbate? Hermano, esa pagina [risas] es muy chida, puedes ver de todo, sin necesidad de pensar que es producido, porque las modelos son reales, o sea, ahí están güey, están para ti, haciendo maravillas.* (Sujeto A)
- *Pues ya sabes, que yo no soy de muchas novias, y pues, entrar en una sala de camchats no te hace sentir solo, [risas] ya sabes pues,*

es que no, es que sabes que esta en vivo, no es un video frio, como los de Xvideos. (Sujeto E)

- *Lo chido de las cams, es que ves a cada vieja [...] que está chida y otras que no tanto, ya ves papi que esa madre cualquiera entra, pero siempre hay algo que ver (Sujeto F)*

Este aporte nos presenta una concepción de la búsqueda de la pornografía, enseñar todos aquellos placeres que son limitados por la moral, consumos que dejan ver que la pornografía buscará ser algo real, tangible, algo que no hacemos, pero que no podemos llegar a ver, una paradoja en cuestiones del placer sexual, los sujetos consumidores de pornografía en salas de *CamChat* buscan por la cercanía a lo real.

Con relación al párrafo anterior se sigue construyendo el consumo pornográfico como la objetivación del placer sexual, este placer que ya no puede ser concluido o en dado caso no puede ser realizado, esta objetivación está siendo utilizada como una vía alterna de prácticas sexuales para así evitar la responsabilidad que conllevan dichas prácticas:

- *Prefiero mil veces ver porno y masturbarme, antes de irme a contagiarme de alguna madre de pinche SIDA o que se yo, y ni modos que pagar mil pesos, mejor en mi casita. (Sujeto E)*
- *Tengo novia, me gusta estar con ella y echar pata, sin pedos, pero cuando te llegan las ganas ¿Qué vas hacer? [risas] pues te vas a lap, porque ahí se ve más chido, y pues te la jalas y sin pedos, pasó la calentura y no engañates (Sujeto B)*
- *La neta no ando por la vida dándole a todo lo que se mueve, pero si pudiera y quisieran, la neta fuera feliz, pero eso es lo chido del porno amateur, que sabes que hay viejas en el mundo que les gusta coger y que una de ellas puede estar en la uni (Sujeto A)*

Los jóvenes que andan con una pareja hacen el consumo de la pornografía como una vía para evitar la infidelidad, también hacen

consumo pornográfico para poder evitar un contacto real con las personas y así (como había mencionado anteriormente) de responsabilidades en su vida sexual y por último se observa que los jóvenes hacen un consumo pornográfico como un escenario para satisfacer eso que no se puede obtener, es entonces que se recurre a la pornografía para facilitar la recreación de cuerpos y características similares a las personas y prácticas deseadas.

4.2.3 El consumo pornográfico como proceso ritual de la sexualidad

En los análisis que hemos realizados en los apartados anteriores observamos que el consumo pornográfico tiene distintos usos y apropiaciones dependiendo del contexto la cual esta se te planteando, ahora bien, para este análisis recurrimos al sentido de normalización como un proceso ritual del consumo.

Cabe aclarar que para el grupo de consumidores la pornografía tiene una representación distinta a la que los no consumidores tienen, es por ello que estos jóvenes recurren a un proceso en el cual “la sociedad selecciona y fija, mediante acuerdos colectivos, los significados que la regulan [...] y hacer explícitas las definiciones públicas de lo que el consenso general juzga valioso.” (Canclini,1993,P.32) y hacen su consumo como una forma natural de comprender y entender la sexualidad, y este elemento lo encontramos en los siguientes testimonios:

- *... la primera vez que vi porno, no sabía que era porno, pero cuando vi que todos mi compas se la andaban jalando, no sabía porque se la andaban jalando [risas] pero vi que era normal y pues vas (Sujeto C)*
- *Pues ver porno ya es algo muy normal, ya no solo es cosa de hombres sino también de mujeres, y lo mejor de todo es que cuando encuentras a una chava que ve porno, ¡Chido! Sabes que puede haber acción o mínimo una amiga con la cual pasar el calentón. (Sujeto A)*

- *Creo que hoy en día nadie considera malo ver porno, digo, mientras no sea de niños o esas cosas enfermas que luego te encuentras... todo esta chido.* (Sujeto E)

Estos argumentos muestran el interés de los jóvenes para justificar su consumo y por lo tanto ese deseo que se obtiene al ver la pornografía, estos jóvenes consumen pornografía pensando que es un medio normal, en el cual los y las consumidores buscan un medio y canal para saciar este deseo.

También se observa que el consumo se normaliza a través de concepciones legales como el no hacer consumo de pornografía infantil (el cual está penado por la nación) y “cosas enfermas” ya que podría estar fuera del rango del consumo regulado, estos procesos son llegados acuerdos a medida que su contexto lo permita, sin embargo puedo adelantar que como la misma pornografía es un consumo oculto en el cual se puede observar el placer no consciente del sujeto, no podríamos determinar con exactitud que es lo que en realidad ve y desean los sujetos consumidores de pornografía hablando en planos generales, sin embargo este punto no se tocará en este trabajo, ya que se trabaja en conjunto con jóvenes consumidores de pornografía diversa y legal.

Este consumo pornográfico no es un consumo que da respuesta a un mercado y que exista un consumidor creado, sino que el mismo hombre ha creado algo que este ha querido consumir, y saber que es un material que va encontrar de las posturas morales y políticas justifica su consumo como “... un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos” (Douglas,1991,P.80) estos acontecimientos como la revolución sexual, la creación de películas pornográficas y el internet con el libre acceso a la pornografía busca siempre justificar ese deseo de los jóvenes que han querido demostrar su sexualidad abiertamente.

- *A ver, Venus, te puedo apostar que si preguntamos ¿Quién ha visto porno, que levante la mano? En este lugar, te apuesto que la mayoría, sino es que todos levantan la mano, y es que no mames, la pornografía es el primer libro sexual que tenemos, para conocer lo que no sabemos de la cogedera, pues (Sujeto C)*
- *... yo veo pornografía sin masturbarme, la neta veo algo que me gusta me quedo ahí curioseando, para luego saber que puedo aplicar, la neta luego se me para y pues... una cosa lleva a la otra... (Sujeto A)*
- *mira una vez quería saber que era un bukake porque unos compas andaban platicando de ese rollo, me explicaron pero quería verlo, lo busque en xvideos y pues ahí aprendí... (Sujeto D)*

Estos géneros y prácticas que hacen los consumidores sientan que su consumo es parte de una normalidad entre los consumidores, se observa a la pornografía como una ventana a conocer la sexualidad una ventana que enseña y muestra y construye lo que el sujeto, aparentemente quiere desear, sin embargo sugiero que la pornografía es un producto en el cual el sujeto aún tiene la capacidad de sentir y decidir qué ver y qué no ver, con qué mastrubarse y con qué no, pero siempre en un plano sexual y dentro de las normas legales del consumo pornográfico.

4.3 Integración de resultados

Los tres modelos anteriores presentados de manera independiente sirvieron para observar el universo de análisis que este consumo podría tener en distintas dimensiones, claro desde un enfoque transdisciplinario propio de este trabajo, para ello se elabora un apartado para conocer las relaciones que estos análisis y conocer el consumo cultural que le dan los jóvenes a este producto.

Para continuar es necesario recordar y hacer apunte que esta investigación se realizó con jóvenes urbanos que estudian la universidad, los cuales tiene acceso a todo medio de comunicación, así también no se

encuentran con problemas socioeconómicos que les impidan tener un futuro no convencional dentro de la juventud comercial (estudiar-trabajar-casarse-reproducirse-jubilarse y morir), estos jóvenes como se ha mencionado en apartados anteriores consumen pornografía en línea en formato de video desde de computadora de escritorio, celular y/o laptop dejando en evidencia que no hay diferencia en donde elaboran este consumo, sino depende del contexto donde se encuentren y tengan un medio a la mano, ya sea la computadora persona, pero en su habitación; el celular, pero que no haya nadie en casa y/o en la laptop pero que esté en su cama.

La pornografía que consumen estos jóvenes entra en el género *hardcore*, con sus variantes como en video profesional o *amateur*, también otras variantes respecto a las categorías de sus preferencia desde el *hentai*, *latinas*, *asian*, *MILF*, *teen*, entre otras categorías de las cuales se observan prácticas sexuales explícitas que les provocan excitación. El consumo diverso de estos productos no alteró la investigación considerando que se busca conocer el uso y apropiación que le dan estas juventudes a la pornografía desde lo general.

Ahora bien, en estos resultados se pudo evidenciar las propuestas de los modelos para explicar el consumo y sus usos, lo cual podemos observar que el producto no es impuesto por los empresarios a ser consumidos, sino que los mismos usuarios consumidores tienen la libertad de elegir ver o no ver pornografía, ya que existen sujetos que consumen y los que no consumen, al existir esta distinción hace que el gusto sea subjetivo y sea compartido por un sector que tienen mismo capital simbólico cultural.

El consumo para la distinción hace que la pornografía segregue aquellos sujetos que ven porno, no solo para masturbarse o recrear una imagen sino con relación al modelo de la objetivación de los deseos encontramos que hay una distinción de sujetos que no encuentran sus deseos sexuales en una imagen o pantalla, que hay sujetos que quieren

observar y sentir eso que hace falta y que no ha sido “llenado” este grupo ha sido visto como un grupo “enfermo” y “urgido” como mencionan los jóvenes encuestados.

Sin embargo, cabe recordar que esta investigación se hizo con sujetos consumidores de los cuales, como se menciona en los análisis, también existen distinciones entre los mismo consumidores, los cuales presumen poder ver lo que los otros no ven, se consideran personas libres, sin tabús, personas que no tiene miedo a ver lo que desean, existe coincidencia entre los comentarios recabados en las encuestas, porque una persona “urgida” es una persona que desea y busca sexo, lo cual los consumidores siempre van a encontrar en la pornografía.

Ahora bien, el consumo en línea de este producto y el fácil acceso hace que los jóvenes tengan más posibilidades de ver pornografía y encontrar en la red infinidad de productos, la sustitución de prácticas sexuales reales por miedos morales como una infidelidad o el contagio de una ETS, hace que la pornografía proponga una forma de una nueva industria sexual; las *CamChats* y los videos *amateur*, es entonces que se empieza a encontrar una relación de distinción de acuerdo a la objetivación del deseo que viven los jóvenes urbanos, no digo que Tuxtla viva en una sociedad donde los besos, abrazos, caricias, y prácticas sexuales sean sustituidas por el internet y las máquinas, pero sí se puede comentar que hay jóvenes que hacen este consumo para poder satisfacer su deseo sexual ante los miedos y compromisos de la vida sexual.

Así mismo los jóvenes juegan con la pornografía al decir “mientras haya alcohol, rock y porno todo está bien” broma que se puede prestar para análisis como al encontrar elementos como comida, música y sexo; esta integración de resultados también muestra la coincidencia de la educación con la pornografía al considerar que en el grupo focal, las entrevistas y en las encuestas consideran que en la pornografía se encuentra aquello que no podían imaginar, siendo así la pornografía como

una determinante de su vida sexual y tomándolo como un medio confiable para sus prácticas sexuales.

Esta integración de resultados trae consigo el último modelo unificador, el consumo pornográfico como proceso ritual... es entonces donde se encuentra el meollo de esta investigación, si se considera que el porno más consumido por estos jóvenes es el *hardcore* y es un porno en el cual la humillación es una de sus características, en donde también la pornografía es consumida como una ventana para el conocimiento explícito de las prácticas sexuales y los sujetos a través de mediaciones sociales se ritualiza su consumo, entonces se están normalizando las prácticas que estos jóvenes ven, y en efecto se evidencia que los informantes consumidores de pornografía usan la misma para ver y desear todo aquello que en la vida real “no podría llegar a ser permitido” y esto se observa al ver al consumo de pornografía como una sustitución del placer no encontrado o querer encontrar.

CONCLUSIONES

Con esta integración de resultados se deja en evidencia que la distinción de consumidores y no consumidores se hace a partir de aquellas personas que puedan o no puedan ver eso que lo jóvenes desean sexualmente; lo cual buscan guardarlo y tenerlo como un fetiche, por guardar aquello que nunca se va a obtener (o que nunca va a satisfacer) es entonces que esta objetivación de la sexualidad se normaliza a través de procesos rituales, los cuales dejan en evidencia que el sujeto está en constante cambio y busca propuestas para poder vivir su sexualidad, es entonces que le se le da un uso y apropiación a los productos para darle sentido a todo aquello que los sujetos buscan en la interminable sociedad.

Estas prácticas podrían ser consideradas con la premisa del video, al observar que los jóvenes buscan un contacto real, y es que prefieren el video porque es un formato donde se encuentra audio, imagen y movimiento, entonces el formato preferido por estos jóvenes es en video.

También se encontró la diversidad de usos que le dan a la pornografía entre ellos como un medio de su exploración sexual, también el uso de la pornografía como un producto para incitar al placer sexual, estos usos son variantes dependiendo el contexto y la situación en que los jóvenes se encuentren.

Y por último la apropiación de este producto es una forma de darle sentido a este consumo; en los tiempos de la red esta apropiación puede surgir a partir de lo que no se tiene y lo que se quiere ver, o no se sabe y se

quiere aprender, o no coincido con una pareja sexual y recorro con quién, esta apropiación es construida de manera subjetiva así como el mismo deseo sexual, sin embargo los informantes apropian a la pornografía como un elemento de su esfera sexual; considerando los puntos anteriores, estos jóvenes buscan a través de este producto un sentido a su sexualidad, una forma de entender y comprender la vida sexual, pero sobre todo propuestas de placer, aún, sin llegar a la negación de prácticas sexuales reales, sin embargo ante esta “necesidad” los jóvenes buscan respuesta inmediatas sin cortejos, sin pagos, sin riesgos, es entonces donde la pornografía en la era de lo virtual juega un papel importante para la construcción de los nuevos horizontes de las prácticas sexuales.

Los resultados obtenidos en este trabajo de investigación dieron la oportunidad de conocer el sentido que los jóvenes le dan a la pornografía, para poder romper las estructuras de las instituciones y así poder considerar si los productos de la industria sexual podrían influir en las decisiones de los sujetos, sin embargo se observó que los sujetos son los que determinan el uso y su apropiación de los productos. Otra dato encontrado fue que la pornografía podría ser útil como material de educación sexual considerando que la pornografía llega ser vista por jóvenes urbanos de entre 12 y 18 años, sin embargo esto podría ser aún discutible.

Por último hay que considerar que la industria pornografía seguirá teniendo cambios y por lo tanto sus consumidores también, sin embargo los sujetos siempre somos libres de tomar la decisión de lo que buscamos y queramos hacer con nuestro producto y sobre todo nuestro consumo.

Por último hay que considerar que la industria pornografía seguirá teniendo cambios y por lo tanto sus consumidores también, sin embargo los sujetos siempre serán libres de tomar la decisión de lo que buscan y deseen hacer con sus propios producto y sobre todo con el consumo propio.

REFERENCIAS

- Aguila, J. (2011). Revisión del concepto de juventud y su relación con el mundo de la política. *Estudios Políticos*, (3), 4–38.
- Almeida, I. (2013, June). *Hábitos de consumo y mediación familiar en la interacción de los escolares con el dibujo animado "Elpidio Valdés."* Universidad de la Habana, Habana, Cuba. Retrieved from <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1310/index.htm>
- Andonian, M. R., Barrett, A. S., & Vinogradov, S. N. (1975). Physical properties and subunits of Haemopis grandis erythrocrucorin. *Biochimica Et Biophysica Acta*, 412(2), 202–213.
- Angielski, S., & Rogulski, J. (1975). Metabolic studies in experimental renal dysfunction resulting from maleate administration. *Current Problems in Clinical Biochemistry*, 4, 86–100.
- Asociación Mundial de Sexología. (2000, May). Promoción salud sexual de la Recomendaciones para la acción. Retrieved from http://amssac.org/wp-content/uploads/2012/01/sexualidad_saludable.pdf
- Barba, A., & Montes, J. (2007). *La ceremonia del porno*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Barraza, A. (2005). Saber y poder: el papel de las universidades. *Odiseo, Revista Electrónica de Pedagogía*, 3(5). Retrieved from <http://www.odiseo.com.mx/2005/07/barraza-saberypoder.htm>
- Bataille, G. (2007). *El erotismo*. Barcelona: TusQuets.

- Bataille, G., Lo Duca, G. M., & Fernández, D. (1981). *Las lágrimas de Eros*. Barcelona: Tusquets.
- Baudrillard, J. (1969). *El sistema de los objetos*. (F. González, Trans.). México: Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (2010). *El sistema de los objetos*. (F. González Aramburo, Trans.). Madrid: Siglo XXI.
- Bermúdez, E. (2001, September). *Consumo cultural y representación de identidades juveniles*. Presented at the Congreso LASA 2001, Washington, DC.
- Bourdieu, P. (2006). *La distinción criterios y bases sociales del gusto* (3. ed). Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto: elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourdieu, P., & Mizraji, M. (1996). *Cosas dichas*. Barcelona: Gedisa.
- Brito, R. (1998). Hacia una sociología de la juventud. Algunos elementos para la deconstrucción de un nuevo paradigma de la juventud. *Última Década*, (9), 1–7.
- Café 2.0: Guillermo Orozco Gómez - #015/1*. (2010). Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=QGMtOufURAU&feature=youtu_gdata_player
- Campos, G. (2013). Los jóvenes urbanos en el México de hoy. *Eutopía*, (19), 64–67.
- Capel, H. (1975). La definición de lo urbano. *Estudios Geográficos*, (138), 265–301.
- Center for History and New Media. (n.d.). Guía rápida. Retrieved from http://zotero.org/support/quick_start_guide
- Cifras y datos sobre el porno en Internet. (n.d.). Retrieved April 15, 2015, from <http://hipertextual.com/2010/06/cifras-y-datos-sobre-el-porno-en-internet>
- Crow, T. J., Deakin, J. F., & Longden, A. (1975). Proceedings: Do anti-psychotic drugs act by dopamine receptor blockade in the nucleus accumbens. *British Journal of Pharmacology*, 55(2), 295P–296P.

- Donas, S. (Ed.). (2001). *Adolescencia y juventud en América Latina*. Cartago, Costa Rica: Libro Universitario Regional.
- Douglas, M., & Isherwood, B. C. (1990). *El mundo de los bienes: hacia una antropología de consumo*. México, D.F.: Grijalbo: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Elizalde, S. (Ed.). (2011). *Jóvenes en cuestión: configuraciones de género y sexualidad en la cultura*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- En-Defensa-de-Causas-Perdidas-Slavoj-Zizek.pdf. (n.d.). Retrieved May 26, 2015, from <https://es.scribd.com/doc/160370532/149113897-En-Defensa-de-Causas-Perdidas-Slavoj-Zizek-pdf>
- García Canclini, N., & González Sánchez, J. A. (Eds.). (1993). *El consumo cultural en México* (1. ed). México, D.F.: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Dirección General de Publicaciones.
- Gómez, R. (2012). Jóvenes urbanos integrados, nuevos repertorios tecnológicos y trabajo educativo. *Revista Educación Y Pedagogía*, 24(62), 19–31.
- González, J. (1998). LA CUESTIÓN URBANA: ALGUNAS PERSPECTIVAS CRÍTICA. *Estudios Políticos*, (101), 303–333.
- Gonzalo, A. (2014). El prosumo digital, ¿Una nueva forma de consumo cultural? *Memorias de las jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*, 18. Retrieved from http://www.redcomunicacion.org/memorias/p_jornadas_a.php?idj=15
- Jesús Martín Barbero: conceptos clave en su obra. Parte 1: “Mediaciones.” (2014). Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=NveV5ScaZHg&feature=youtube_gdata_player
- Lamy, B. (2006). Sociología urbana o sociología de los urbano. *Estudios Demográficos Y Urbanos*, 21(1), 211–225.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura: informe al Consejo de Europa* (1. ed). Rubí (Barcelona): Anthropos.
- Marc Giró: “El porno está por todos lados” - *En el aire*. (2015). Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=OpIBn_P83Hk&feature=youtube_gdata_player

- Margot, J. P. (2008). Aristóteles: Deseo y acción moral, (26), 189–202.
- Morin, E., & Sánchez, A. (2003). *El método V: la humanidad de la humanidad: la identidad humana*. Madrid: Cátedra.
- Néstor García Canclini: "Google es más poderoso que las cadenas de tv o las discográficas." (2011). Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=PZITVDakJ5s&feature=youtube_gdata_player
- OMS. (n.d.). *La salud de los jóvenes: un desafío para la sociedad*. Retrieved from http://www.cinu.mx/minisitio/UNjuventud/preguntas_frecuentes/
- Organització Mundial de la Salut. (1986). *La Salud de los jóvenes: un desafío para la sociedad: informe de un grupo de estudio de la OMS acerca de los jóvenes y la "Salud para todos en el año 2000."* Ginebra: Organización Mundial de la Salud.
- Orozco, G. (n.d.). La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva. *Diálogos de La Comunicación*.
- Parker, E. A. (1976). Letter: Correction in stability data for isuprel hydrochloride admixtures. *American Journal of Hospital Pharmacy*, 33(6), 528.
- Paz, O. (1995). *La llama doble: amor y erotismo* (1. ed., 7. reimpr). Barcelona: Seix Barral.
- Paz, S. D. (2004). LOS JOVENES Y LA REDEFINICION LOCAL DEL CONSUMO. *Ultima Década*, 12(21), 105–117. <http://doi.org/10.4067/S0718-22362004000200005>
- Peréz, J. (2005). *Encuesta Nacional de Juventud 2005* (No. 5). México: Instituto Mexicano de la Juventud.
- Plazola Cisneros, A., Plazola Anguiano, A., & Plazola Anguiano, G. (2001). *Enciclopedia de arquitectura Plazola. Vol. 10: [S - Z]*. México: Plazola Ed. [u.a.].
- Posada, A. (2012). *La sexualidad-Michael Foucault*.
- Promoción de la salud sexual recomendaciones para la acción. (2000, May). Retrieved from <http://www.amssac.org/biblioteca/definiciones-basicas/>
- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles: estrategias del desencanto*. Barcelona: Grupo Editorial Norma.

- Revisión del concepto de juventud y su relación con el mundo de la política. (n.d.). Retrieved May 26, 2015, from http://www.academia.edu/6824436/Revisi%C3%B3n_del_concepto_de_juventud_y_su_relaci%C3%B3n_con_el_mundo_de_la_pol%C3%ADtica
- Rivera, J. (2013). Juventudes en América Latina: una reflexión desde la experiencia de la exclusión y la cultura. *Papeles de Población*, 19(75), 1–26.
- Rojas, M. (2011). Autonomía postergada: jóvenes, familia y educación superior. *Revista Virtual Universis Católica Del Norte*, (33), 1–16.
- Saavedra Chanduví, J., & Chacaltana Janampa, J. (2001). *Exclusión y oportunidad: jóvenes urbanos y su inserción en el mercado de trabajo y en el mercado de capacitación*. Lima, Perú: Grupo de Análisis para el Desarrollo.
- Salazar, R. (2003). El Negocio de la Pornografía, 9. Retrieved from <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi9/publ/7.pdf>
- Union européenne, Groupe de réflexion à haut niveau sur la politique audiovisuelle, Oreja, M., Union européenne, & Commission européenne. (1998). *L'ère numérique et la politique audiovisuelle européenne: rapport du Groupe de réflexion à haut niveau sur la politique audiovisuelle*. Luxembourg: Office des publications officielles des Communautés européennes.
- United Explanations – Ésta es la razón por la que dejé de ver porno. (n.d.). Retrieved from <http://www.unitedexplanations.org/2013/12/10/esta-es-la-razon-del-porque-deberias-dejar-de-ver-porno-o-no/>
- Vela-Valldecabres, D. (2010). Prolegómenos de la Generación X. Algunas manifestaciones cinematográficas. *Palabra Clave*, 13(2), 369–385.
- Villa, M. (2011). Del concepto de juventud al de juventudes y al de lo juvenil. *Revista Educación Y Pedagogía*, 23(60), 147–157.
- Žižek, S. (2011). *En defensa de causas perdidas*. Tres Cantos, Madrid: Akal.

ANEXO 1

TÍTULO DEL ANEXO

Anexo 1.1

CONSUMOS PORNOGRÁFICOS

La encuesta que se presenta es para conocer el consumo pornográfico que hacen los jóvenes universitarios.

Edad:

Sexo: Masculino/Femenino

- 1.- ¿Consumes pornografía en internet?
 - a) Si b) No
- 2.- ¿En que dispositivo haces este consumo?
 - a) Computadora de escritorio b) Smartphone c) Laptop d) En todas las anteriores.
- 3.- ¿En que formato haces ese consumo?
 - a) Video b) Foto c) Comics d) revistas especializadas en línea
- 4.- ¿En que espacios del internet realizas estos consumos?
 - a) Sitios de videos b) Sitios de fotografías c) Foros de descargas
 - d) Otros _____
- 5.- ¿Pagas para poder acceder al consumo?
 - a) Si b) No ¿Por qué?
- 6.- ¿Cuál es el genero que más recurres?
 - a) Amateur b) Hardcore c) Softcore d) Asian e) Interracial
 - f) MILF g) Otros _____
- 7.- ¿En que espacios haces estos consumos?
 - a) En mi habitación b) En el baño c) En la sala d) En cibers
 - e) En espacios públicos con internet f) Otro _____
- 8.- ¿Con qué frecuencia haces el consumo pornográfico? (acumuladas a la semana)
 - a) De una a dos horas
 - b) De dos a tres horas
 - c) De tres a cuatro horas
 - d) De cuatro a cinco horas
 - e) De cinco a seis horas.
- 8.- ¿En que momento del día decides hacer este consumo?
 - a) Por la mañana (entre 9 y 11 am)
 - b) Por la tarde (entre 12 y 7pm)
 - c) Por la noche (entre 7 y 11 pm)
 - d) Por la madrugada (entre 12 y 3am)
 - e) No considero horario para ver pornografía
- 9.- ¿Para qué ves pornografía?
 - a) Para conocer prácticas sexuales distintas (aprendizaje)
 - b) Para auto estimularme (masturbación)
 - c) Como estímulo previo al acto sexual
 - d) Entretenimiento
- 10.- ¿Hay una cultura porno? ¿Por qué?
 - a) Si b) N

