https://www.elcorreo.eu.org/Dossier-Plataformas-vigilancia-y-pospolitica-en-la-cibersociedad-Lo-que-nadie-hace-nunca

Dossier :« Plataformas, vigilancia y pospolítica en la cibersociedad ».LO QUE NADIE HACE (nunca)

- Cybersocieté -

Date de mise en ligne : dimanche 30 août 2026

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

En 2017 los argentinos consumieron abundante pornografía *online*. Esa no debería ser una novedad. Lo inédito es el nivel de precisión en los detalles. Los términos que más buscaron son « *argentina* », seguido por « *argentinas famosas* » y la categoría más visitada fue la de videos con sexo anal.

Estos son algunos resultados del procesamiento y análisis de miles de millones de *hits*, elaborado por ***PornHub Insights***, la división de investigación y estadísticas del principal portal mundial de intercambio de pornografía.

Y hay más. Porque los argentinos (y todas las personas) buscan pornografía en más de un sitio, e incluso acceden muchas veces directamente a través del buscador Google. Es parte del fenómeno de sexualización de la cultura [1], y que está conectado a las formas en que las fronteras entre lo público y lo privado están cambiando en nuestra sociedad digital/reticulada.

Una comparación de las búsquedas de los términos Macri, Boca y porno realizada por el equipo C3P [2] del CEL-UNSAM, utilizando la herramienta Google Trends [3], devuelve una imagen panorámica más precisa aún del lugar que ocupa la pornografía en la cultura general de la Argentina actual (ver cuadros adjuntos).

Al comparar las búsquedas del nombre de la figura política de mayor visibilidad, el presidente de la República, y la del equipo de fútbol que mayores adhesiones y denostaciones moviliza en la web, Boca Juniors, con la búsqueda de la palabra « porno », resulta llamativo que esta última duplica el volumen de las otras dos y expresa una tendencia estable, con escasas alteraciones a lo largo los últimos 12 meses.

En este ejemplo, la información revela costumbres latentes. La pornografía difícilmente aparezca en un sondeo de opinión convencional acerca de consumos culturales, porque las personas hacemos cosas que nos avergüenzan, que no le contamos a casi nadie y sobre las cuales incluso nos mentimos a nosotros mismos. Es parte de los « subsets de datos en la web que operan con popularidad masiva pero poca presencia social. » [4]

El consumo *online* de pornografía es uno de estos casos. Y sin embargo, puede ser fuente de valiosísimos datos para la identificación de patrones y predicción de la manera en que una variable va a afectar otra. Estamos desarrollando nuevas formas de « intimidad pública » [5]. Lo confesional, inicialmente descrito por **Foucault** como el lugar moderno para discutir el sexo, se convirtió en algo mediatizado.

El análisis de *big data* da cuenta, como nunca antes, de nuevos hábitos de consumo, de nuevos lenguajes y de las nuevas formas que adquiere el sentido común ; también en lo que hace a la sexualidad.

Los grandes operadores de internet (incluido PornHub) lo saben : extraen metadatos para construir perfiles cada vez más detallados de los usuarios con la finalidad de alcanzarlos con « publicidad predatoria » [6].

El éxito de productos creativos del estilo de la serie televisiva *Game of Thrones*, que integra un sincretismo de los géneros más populares (incluido el porno) se debe, en parte, a este tipo de estudios sobre lo que resulta más familiar al consumidor target [7].

Porque la data no miente. Las trazas que dejamos a medida que hacemos búsquedas en internet son tremendamente reveladoras de la subjetividad contenida en los medios. Eso afirma Seth Stephens-Davidowitz, científico que realizó estudios originales con información de *Google Trends* y *PornHub* [8].

Copyright © El Correo

Este autor destaca que « *cuándo y dónde buscamos datos, citaciones, chistes, lugares, personas, cosas o ayuda, puede decirnos más de lo que cualquiera pudiera haber imaginado acerca de lo que realmente pensamos, realmente deseamos, realmente tememos y lo que realmente hacemos* ».

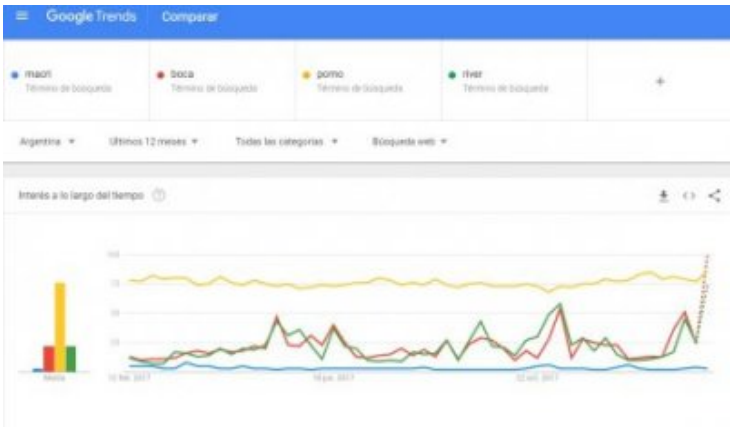
En particular sus mediciones descubren que « *... la amplitud del uso de pornografía –y la búsqueda y puntos de vista que vienen con aquello- es el desarrollo más importante de nuestra habilidad para entender la sexualidad humana...* ».

La fascinación voyeuristica con ver la « realidad » es también evidente en la popularidad de un amplio rango de géneros incluida la reality TV. La emergencia de estos géneros confesionales que contaminan otros (el más notable es el de noticias) tiene vinculación con los modernos regímenes disciplinarios. « *Sexualidad y despliegue público, son dos factores que se conjugan perfectamente de la cultura actual dominada por el ideario hedonista neoliberal, saturada de medios, obsesionada con la celebridad, con colocarse en el marco de representación se está transformand o en una vía de aserción existencial* » [9].

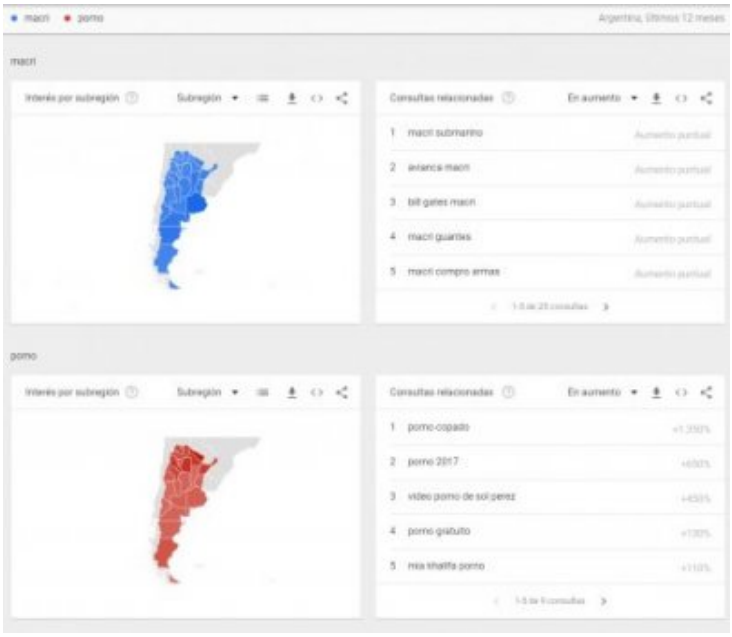
La big data permite cuantificar « *la migración del porno de lo obsceno a lo en-escena demostrada por su nueva accesibilidad y pornograficación acompañada de una proliferación de representaciones de sexo en los medios* » [10] .

Este nuevo tipo de datos permite a las ciencias sociales establecer patrones de causalidad de una utilidad práctica cuyas fronteras se expanden día a día.

GRÁFICOS



* * *



Post-scriptum :

Este artículo hace parte del Dossier : « Plataformas, vigilancia y pospolítica en la cibersociedad. » **Cuadernos del CEL** AÑO 3 - NÚMERO 5

---

[1] **Feona ATWOOD** (ed), « ***Mainstreaming Sex : the Sexualization of Western Culture*** », London/New York, I.B.Tauris, 2009. « *La sexualización está asociada a la ascensión del neoliberalismo en el que el individuo se convierte en una unidad autoregulatoria en la sociedad* », afirma Simon Hardy en la misma obra.

[2] C3P : Cibersociedad, Ciberseguridad, Ciberdefensa y Protección de Datos Personales.

[3] « *Google trends* » mide parámetros de las búsquedas en *Google*, búsquedas que constituyen, según **Stephens-Davidowitz** « *la principal fuente de big data* »

[4] Seth STEPHENS-DAVIDOWITZ, Big Data, New Data, and What the Internet Can Tell Us About Who We Really Are, Ed. Dey Street Books, 2017.

[5] **Brian McNAIR**, « ***Striptease Culture : sex Media and the Democratization of Desire*** », Psychology Press, 2002, 98.

[6] El término acuñado por Cathy O'Neal en su libro « Weapons of Math Destruction » (2016) muestra cómo los algoritmos que organizan la información masiva pueden convertirse en un riesgo para la democracia misma.

[7] « Los algoritmos te conocen mejor de lo que vos te conocés » afirma Xavier Amatriain, ex data scientist de Netflix, citado por Seth STEPHENS-DAVIDOWITZ, op. cit.

[8] Seth STEPHENS-DAVIDOWITZ, op.cit.

[9] Feona ATWOOD, op. cit.

[10] Feona ATWOOD, op. cit.

Copyright © El Correo