
Artículos

Chaturbate: el espectáculo corporal como mercancía: una lectura desde Guy Debord

Chaturbate: the body-spectacle as experience: a reading of Guy Debord



 **Xavier Brito-Alvarado**

Universidad Técnica de Ambato, Ecuador-
Universidad de Málaga, España, Ecuador
lx.brito@uta.edu.ec

 **Andrés Enrique Williams**

Universidad de Salamanca, España, España
andreswilliams84@gmail.com

Intersecciones en Comunicación

vol. 1, núm. 19, 2025

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires,
Argentina

ISSN-E: 2250-4184

Periodicidad: Semestral

intercom@soc.unicen.edu.ar

Recepción: 11 abril 2025

Aprobación: 30 mayo 2025

DOI: <https://doi.org/10.51385/pkmqha42>

URL: <https://portal.amelica.org/ameli/journal/216/2165267004/>

Resumen: El aporte de Guy Debord al debate social queda inexorablemente ligado a *La sociedad del espectáculo* (1967), que constituye una de las teorías críticas para debatir, las problemáticas sociales contemporáneas. La lectura sobre Debord no se reduce a una mirada marxista de las sociedades capitalistas, sino que representa una forma para entender al mundo gobernado por el fetichismo de las imágenes convertidas en mercaderías producidas por la ilusión mediática y la alienación cultural. Este trabajo ensayístico posee dos momentos; el primero es un recorrido histórico sobre el concepto de espectáculo para ubicarlo dentro de la economía y política mediática para lo cual se asume a la pornografía como escenario teórico para reflexionar al espectáculo, que permite la (re)creación de los deseos sexuales dentro del capitalismo. El segundo momento se centra en una descripción del portal *Chaturbate* que visibiliza las nuevas producciones pornográficas, que devela no solo como una cosificación del cuerpo, sino como circulación y consumo visual, además de criticar las formas tradicionales de la pornografía, para ubicarnos en una post-pornografía que posibilita una mirada menos acusadora, pero más crítica de la sexualidad contemporánea.

Palabras clave: espectáculo, crítica social, pornografía, capitalismo, medios de comunicación.

Abstract: Guy Debord's contribution to social debate is inevitably linked to *The Society of the Spectacle* (1967), one of the critical theories utilized for debating contemporary social issues. Debord's theory is not reduced to a Marxist standpoint of capitalist societies. Rather, it is a way to understand the world governed by the fetishism of images, which became merchandise as a consequence of media illusion and cultural

alienation. This essayistic study is divided into two parts. The first is a historical journey on the concept of spectacle in order to contextualize it within the economy and media policy. In view of this, the spectacle is pondered through pornography as a theoretical scenario, since it allows for the (re)creation of sexual desires within capitalism. The second part describes the Chaturbate page that contains the latest pornographic productions. This page not only reveals pornography as an objectification of the body, but also as a diffusion and a visual consumption. Besides, it criticizes the traditional forms of pornography, and places us in a post-pornography that develops a less accusatory, but more critical view of contemporary sexuality.

Keywords: spectacle, social criticism, alienation, pornography, capitalism, mass media.

Entender al espectáculo

Las narrativas mediáticas prometen: goces, diversión y felicidad, perpetuando la idea de una “democratización” del gusto que han colocado al espectáculo como una centralidad de las promesas contemporáneas. El origen de este concepto proviene del verbo latino *spectare*, mirar, y del denominativo *spectaculum*, lo que se ofrece a la visión. Para Walter Benjamin (2003), el espectáculo en la sociedad industrial capitalista acapara toda la esfera del arte por medio de la reproducción técnica del arte, instaurándose como una manifestación de la decadencia de este.

El espectáculo se descubre como una seducción, un ejercicio nacido del poder político para contentar a las masas deseosas de ser parte del mundo, por ello; “es la causa de que todo poder deba, necesariamente, espectacularizarse, pues sólo pervive y se asiente el poder capaz de hacerse desear” (González Requena, 1992, p. 60), de esta forma, se despliega como una categoría no solo comunicacional, sino económica, histórica, y política que absorbe lo social y lo cotidiano, convirtiéndose en una forma de pensar y actuar en el mundo. El espectáculo es una práctica simbólica, y, como argumenta Rincón (2017), necesita ser valorizado para asumirlo por fuera de lo bárbaro, salvaje, superficial y escándalo mediático.

El siglo XXI consolida a este concepto como la forma de vida que tiende a colocar al sujeto en el centro de la contemplación, el deseo de ser visto y visibilizado por sus gustos y placeres que representan formas de vida abiertas y convertidas en mercadería de intercambio dentro del capitalismo informacional que, sin embargo, se convierte según François Jost (2012), en una rebelión contra las élites, los seres anónimos pueden soñar en convertirse en celebridades mediáticas, espontáneas y, muchas veces efímeras.

Esto refleja las contradicciones políticas y económicas que marcan el devenir del capitalismo; por un lado, instaurando una forma de crítica sobre la alienación visual que invaden al mundo que provocan un juego de efectos ilusorios y de otro lado funciona como una apertura para el desencanto que se ha apoderado de las sociedades. La estética y la reflexividad han dado paso a una frivolidad argumentativa, panorama que empezó a ser discutida por: Georges Duhamel *Scenes de la Vie Future* (1930), Theodor Adorno *Mínima Moralia* (1944), Guy Debord *La sociedad del espectáculo* (1967), Jean Baudrillard *Cultura y simulacro* (1978), Anselm Jappe, Robert Kurz y Claus-Peter Ortlieb *El absurdo mercado de los hombres sin cualidades* (2009) y François Jost *El culto de lo banal. De Duchamp a los reality shows* (2012), entre otros.

Movimiento Situacionista, cuna de la crítica al espectáculo

En 1957 dio inicio al Situacionismo, movimiento de vanguardia artística que se extendió a la política y a la economía de Europa Occidental post Segunda Guerra Mundial. Este movimiento al igual que otros, compartían el interés sobre la apropiación de los sujetos a las tecnologías mediáticas, al crecimiento del urbanismo y a la decadencia social y estética originada en la sociedad del consumo. En el Situacionismo confluyeron otros movimientos como: el Dadá, los letristas, y el grupo CoBrA^[1]. Su representante más importante fue el francés Guy Debord hasta el fin del grupo en 1972. Para Antonio Ontañón (2012), las bases estéticas e ideológicas del Situacionismo conjugaban las ideas del marxismo y del surrealismo, pero con una crítica hacia ambos. Sus integrantes pretendían renovar las diversas estéticas surrealistas y aportar con formas de pensamiento *deriva* y *détournement*, originados del *marxismo renovado* de Henri Lefebvre y del filósofo existencialista Jean-Paul Sartre.

Para los situacionistas el espectáculo se había instaurado en el capitalismo de manera continua desde la década de los veinte, y Debord lo caracterizaba como una forma de autorretrato del poder; como sostiene Anselm Jappe (1998), Debord estaba convencido de que este había alcanzado un estadio casi insuperable, aunque no consolidado como poder total. El camino a su forma dominante social recaía en que la burguesía dominaba los modos de producción no solo industrial, sino mediáticos y artísticos, imponiendo sus gustos y entretenimientos que se debía emular por el resto de la población.

En cuanto al crecimiento urbano se había convertido en un mecanismo de control sobre las clases sociales, por lo que los Situacionistas fueron en contra de la configuración económica y social que imperaba en Francia en las décadas de los cincuenta y sesenta producto de los procesos de industrialización y modernización que tenían consecuencias culturales, entre ellos: el incremento de la población urbana debido a la migración rural seducida por los trabajos en las fábricas que transformó la vida cotidiana, el incremento del consumo gracias al nuevo poder adquisitivo para los bienes y servicios, que consolidaron a las personas incorporen tecnologías que modificaba el tiempo libre y el ocio que configuraban nuevas formas de vida mediada por los espectáculos. “En este contexto, la Internacional Situacionista veía con fascinación la mutación de la esfera urbana producto de una modernización e industrialización abruptas debido a esto Debord intentó abarcar en su totalidad las dimensiones del capitalismo como proceso social y gestor radical de cambio moderno” (Armano, Briziarelli, 2017, p. 32). El espectáculo conlleva una dialéctica de cercanía tendiente a eliminar la “distancia geográfica”, pero solo para volver a establecer “internamente la distancia en forma de separación espectacular” (Debord, 2006, p. 24). En cuanto al capitalismo era

abordado desde una posición crítica de la abundancia de bienes materiales, que a primera instancia parecía favorable para la sociedad gracias a un crecimiento económico estable, sin embargo, esto conllevó aun factor negativo ligado al acceso de mercaderías en la vida de los sujetos al diluir el sentido crítico, el espectáculo nos presenta todo igual, pero accesible para la población.

Guy Debord, pensador del espectáculo

El espectáculo como problema filosófico y económico inicia cuando entró a formar parte de la cultura de masas como un discurso que evoca una seducción mediática irresistible, en tal sentido “el dominio autocrático de la economía mercantil que había alcanzado un *status* de soberanía irresponsable y el conjunto de las nuevas técnicas de gobierno que acompañan ese dominio” (Debord, 2008, p. 14), momento en que el capitalismo financiero se apoderó de los gobiernos y de los medios de comunicación, “monetizando” la acumulación de espectáculos incluido el tiempo libre, que ha sido una ambición del capitalismo para controlar el consumo de bienes y servicios.

Para Debord el espectáculo era una forma de crítica a la sociedad de consumo, que englobaba a la mercantilización del ocio y la domesticación de la vida cotidiana, donde los medios de comunicación direccionaban la vida de los sujetos. Debord argumentaba que la sociedad contemporánea es una “sociedad del espectáculo”, en que prima la imagen y la apariencia como la forma dominante de la vida social, que incluso se ha convertido en una forma de control social que se ejerce por medio de la representación visual, convirtiendo a los sujetos en espectadores pasivos del mundo. En esta pasividad, las imágenes se convierten fetiches, de esta manera, “ser y estar en el mundo, que conlleva “una falsa unión en torno a la contemplación de unas mismas imágenes-pensamientos ya hechos: los individuos no se relacionan entre sí, sino que interactúan con ese centro-núcleo espectacular” (Debord, 2015, p.37).

Con el espectáculo el sujeto lleva implícita una pérdida de la experiencia de la vida, un aislamiento de la “realidad”, y prefieran que sus experiencias sean mediadas por las imágenes y sus representaciones que posee un “carácter de falsificador de la realidad”, creando escenarios fantásticos de vida, permitiendo a los grupos dominantes el ejercicio del poder sin resistencia. En este punto el espectáculo es asumido, por Debord, desde la lectura de Marx y Engels, especialmente en *La ideología alemana*.

Debord asumía de *Los Manuscritos Económicos Filosóficos* de Marx el concepto de alienación, para reflexionar “el extrañamiento del hombre consigo mismo”, que llevaba a una cosificación de su existencia. En este sentido, la alienación de la vida cotidiana no solo implicaba una explotación al tiempo de trabajo, sino al tiempo total

de la vida que dio paso al ocio para las masas trabajadoras convertidas en consumidores que asumían su enajenación sin resistencia.

El pensamiento de Georg Lukács fue determinante para que Debord desarrolle la teoría del espectáculo, de manera particular *Historia y conciencia de clase* (1923), libro marginado por los marxistas ortodoxos y siendo la influencia más notoria la reflexión de los conceptos de fetichismo de la mercancía y el de totalidad, configurando una forma de vida basada en el intercambio simbólico de mercaderías. Por ello, “el espectáculo no es otra cosa que este dominio autocrático de la economía mercantil” (Jappe, 1998, p. 25).

La pérdida de la conciencia sobre la realidad por parte de los sujetos no implicaba un aspecto colateral del fetichismo de la mercancía, sino que se convertía en una centralidad, el espectáculo que impedía la emancipación del sujeto. Al igual que Theodor Adorno, Debord argumentaba que la diferencia entre ideología y realidad ha desaparecido, el mundo es un cúmulo de espectáculos, que se inscriben más allá de las pantallas, para ubicarse como una forma de vida. Si la ideología consistía en un falso reflejo del mundo, el espectáculo reflejaba un mundo falso, “la vida se ha convertido en apariencia” (Adorno, 2005, p. 15). Con el espectáculo es posible ver el mundo como una apariencia, una simulación pasiva, que condiciona una nueva manera de percibir y apropiarnos de la vida.

La sociedad del espectáculo no solo es una crítica al imaginario mediático, es una reflexión sobre “la economía autonomizada es ya de por sí una alienación; la producción económica se basa en la alienación; la alienación se ha convertido en su producto principal, y el dominio de la economía sobre la sociedad entera entraña esa difusión máxima de la alienación que constituye precisamente el espectáculo” (Jappe, 1998, p. 21).

Para Richard Gilman-Opalsky (2011), Debord entendió que los discursos estéticos y políticos del espectáculo configuraban las formas de pensar y actuar de los sujetos, por ejemplo: cuando se piensa en comunismo nos saltamos la historia y las propias experiencias personales, pocos han vivido en un mundo marxista, en una utopía anarquista o una sociedad comunista, solo se han diseñado estos tipos de sociedades; pero tampoco se ha vivido plenamente en el capitalismo, que por más que aparenta triunfar en la política, economía e ideológica, no se ha materializado por completo, nuestras experiencias sobre el capitalismo están mediado por las imágenes que ofrecen los medios de comunicación, porque apela a lo espectacular desde una narrativa del acceso libre a bienes, mercaderías y placeres.

El espectáculo es el equivalente a todo lo que existe en la sociedad, “el conjunto de la sociedad puede ser y hacer se ha convertido en mercancía” (Jappe, 1998, p. 33). Las imágenes se materializan y ejercen su influencia en el mundo. Para Gerad Imbert (2004) el

espectáculo reflexionado por Debord tiene un carácter transversal, es un instrumento de unificación de la sociedad capitalista que funciona como elemento estructurante de la cultura de masas, es el “resultado y proyecto del mundo de producción existente”, donde “la complejidad de la salida posible radica en que la sociedad en su totalidad está atravesada, mediatizada por el espectáculo, por las imágenes” (Saferstein, 2013, p. 4).

La contemplación masiva de imágenes implica que la vida social, los valores y los procesos culturales se encuentran vinculados a las pantallas, conduciendo a nuevas estéticas, éticas de ver y sentir la vida. “Para eso el espectáculo no tiene necesidad de argumentos sofisticados: le basta ser el único que habla, sin tener que esperar réplica alguna. Su condición previa, que a la vez es su producto principal, es, por tanto, la pasividad de la contemplación (Jappe, 1998, p. 21), lo que ha provocado una invitación a una subjetividad espectacularizada y mediatizada, donde los sujetos priorizan la idolatría de su imagen a la vida misma, instalando un modo de estar en el mundo donde todo parecería haberse convertido en una mercadería visual, “el triunfo de un modo de vida enteramente basado en las apariencias y en la transformación de todo en mercancía” (Sibilia, 2008, p. 305).

Otro de los filósofos que teorizó sobre el espectáculo fue Jean Baudrillard, quien influenciado por Lefebvre, contrapuso la teoría de Marx con la sociedad francesa de la década los sesenta, donde el consumo desenfrenado y una cotidianidad atravesada por los discursos mediáticos daban paso a una relación conflictiva entre sujeto-objeto, a diferencia de Debord, Baudrillard planteó a la seducción como categoría de análisis, dado que son los objetos quienes tienden a seducir a los sujetos “ya no es el sujeto el que desea, es el objeto quien seduce” (Baudrillard, 2007, p.115).

La seducción implica una crítica al capitalismo, porque expresa una satisfacción al sujeto devenido en consumidor que busca en la adquisición de bienes un placer para satisfacer las emociones de la vida, para lo cual los medios de comunicación ejercen un discurso de placer asociado a la espectacularidad de comprar. En este punto el sujeto es atrapado por los objetos, que pasan a contemplarse como parte de un paisaje social de las apariencias.

Para Baudrillard vivimos en sociedades donde las cosas replicadas ocupan un lugar central, no solo como objetos materiales, sino simbólicos, por ello las imágenes de nosotros ha cambiado por un *selfi* que retrata nuestro paso por el mundo, convertido en casi una necesidad para justificar nuestra presencia como objeto de contemplación que diseña simulacros de vida, una mercancía de situaciones, una acumulación de *selfies* se ha convertido nuestra experiencia y se ha instaurado la seducción del sujeto cosificado por la

imagen, así que la seducción “nunca es del orden de la naturaleza, sino del artificio” (Baudrillard, 2007, p. 9).

De esta manera, la seducción del espectáculo configura una sociedad del simulacro donde el *performance* es el ritual de socialidad, una forma de ser aceptado dentro de un contexto social marcado por consumo de las mercaderías. Siguiendo a Baudrillard vivimos una realidad a través de sus representaciones, el objeto es lo más importante e incluso comienza a remplazar al sujeto, y mientras más espectacular parecería que tiene más efecto seductor y con ello damos paso al simulacro como expresión desde donde las apariencias se ha convertido en las reglas a seguir.

Debord y Baudrillard mantenían pensamientos distantes, incluso divergentes sobre la Internacional Situacionista, pero no implicó que Baudrillard manifestará que este grupo representaba a “los únicos que intentaron extraer esta nueva radicalidad de la economía política en su “sociedad del espectáculo” (Best, Kellner, 1991, p.14).

Las divergencias más acentuadas entre estos dos pensadores recaían en la mirada sobre la economía política de los medios de comunicación, el consumo y el espectáculo para los situacionistas se extendía por toda la cultura, mientras para Baudrillard la era un mundo de signos autorreferenciales que se contraponían a la idea de espectacular mercancía.

Baudrillard sostenía que la sociedad del espectáculo había perdido su impronta teórica y material se había convertido en un sistema autoreferencial de signos que ya no ocultaban la realidad, más bien se habían convertido en la realidad misma y con ello el espectáculo ya no tenía cabida y siendo remplazado por lo “simulado”, lo auténtico pueda ser falsificado.

El mundo se encuentra abocado a no pensar en el futuro, se presenta como un tiempo de discontinuidad histórica, donde el sentido de pertenencia social evoca a satisfacer las necesidades de entretenimiento y espectáculo, moldeando un individualismo narcisista. Rincón (2006), asume que el espectáculo no es un mal contemporáneo, sino una forma de que el sujeto busque de pasar lo mejor posible en la cotidianidad.

El espectáculo al crear una confusión entre el sujeto que mira y el objeto que se observa desencadena una falsa representación de la realidad, “la representación ya no es portadora por un sujeto único, sino que flota, se diluye, es ubicua es derecho de todos y territorio de nadie: la imagen deviene imáginería, colección de imágenes repetitivas, que cada uno consume” (Imbert, 2004, p. 107). Los medios de comunicación, en especial la televisión, han permitido que todo se convierta en espectáculo, la intimidad personal reducida a una mínima expresión. Hoy los medios han construido un imperio de

verlo todo, donde no hay espacio para la imaginación y, en ciertos aspectos, para la crítica, todo está dado para contemplar.

La *mutación cultural* que estamos atravesando es un proceso histórico devenido desde que los medios de comunicación transformaron todo en espectáculo desde hace cerca de cien años, “Todo el mundo percibe, en el ambiente, un incomprensible apocalipsis inminente; y por todas partes, esta voz que corre: los bárbaros están llegando”, estamos siendo saqueados “por depredadores sin cultura y sin historia” (Baricco, 2008, p. 12).

En esta mutación, y asumiendo la postura de Baricco, se encuadra en un capitalismo visual donde el sujeto por su cuenta se ha convertido en objeto de consumo, por ello los *youtubers* y *tiktokers*, representan la imagen de hoy que abarca desde lo más impredecible, frío, salvaje, entretenido y también lo educativo, porque no todo espectáculo es malo.

En el contexto actual, caracterizado por la saturación de imágenes, las lógicas de mediación dejan de ser perceptibles debido a que son absorbidas por un espectáculo de la vida convertida en un objeto de intercambio capitalista, todo debe ser especular para que sea contemplado, la vida se ha convertido en una representación de un *performance*.

Frédéric Schiffter (2005) hace una crítica al pensamiento de Debord, al cual lo coloca como un ídolo mediático, que su fama creció luego de su suicidio en 1994, el cual partía de un conjunto de ideas derivadas del platonismo, un escepticismo que apela al espectáculo y a la mercancía como forma de vida en que el humano puede encontrar refugio a los avatares de la vida, aunque sea momentánea e ilusoriamente. Sin embargo, deja de lado la importancia del concepto de espectáculo, una categoría útil no solo para explicar, sino reflexionar las diversas situaciones y conflictos por las cuales las sociedades modernas atraviesan; incluso se cataloga a la obra de Debord como “el breviario de los resentidos” (Schiffter, 2005, p. 62).

Para este crítico *La Sociedad del Espectáculo* es un libro presentando bajo tres esferas conceptuales: 1) metafísica, 2) económica política, y 3) la moral, esferas que sirven para interpretar el mundo, pero no para subvertir el caos, que apela: “[...] los proletarios—conocidos por su sentido de lo bello, de la dialéctica y de la conversación [...] pues la cultura, mercancía-vedette, tiene por vocación que el proletariado reincida en el sofisma según el cual la vida sin espíritu se enriquece en el consumo ostentoso del espíritu sin vida” (Schiffter, 2005, p. 49).

La pornografía como espectáculo de la repetición

La pornografía ya no nos satisface, se ha convertido, siguiendo a Debord, en un asunto colonizado por imágenes frías, donde se entrecruzan: el porno, la inmediatez y la moral, por eso la pornografía se ha convertido en la industria de la insatisfacción, que muestra el

consumo de una perpetuación de la sexualidad reprimida y cosificada, una simulación de imágenes que ha abandonado la contemplación, en que el sujeto se vuelve se convierte en su propio simulacro, un fantasma virtual, infinitamente que actúa frente a una pantalla virtual llena de anónimos.

La pornografía como industria cultural se encuentra en nuestra cotidianidad que satura al erotismo y a la imaginación, sobre estimulando lo sexual y sometido el individuo a una satisfacción efímera, que funciona, en muchas ocasiones, como un escape a la agobiante vida que ofrece el capitalismo. “Toda una pornografía de la información y de la comunicación, de los circuitos y de las redes, una pornografía de las funciones y de los objetos” (Baudrillard, 2007, p. 70). Así, lo pornográfico se convierte dentro del capitalismo como la forma de que el cuerpo pase a ser un objeto de mercancía al cual se ha despojado de sentidos y atributos. “Las representaciones de lo pornográfico develan actos implícitos que aluden a la condición de excitación que es propia de los seres humanos, en ella se acciona la capacidad sensorial, donde el pasado interactúa con el presente bajo el objetivo de cumplir las fantasías sexuales que se diseñan en la imaginación; para ello el cuerpo se consolida como significante del placer” (Brito, Ortiz, 2016, p.9).

La industria pornográfica no solo implica producciones audiovisuales, como ninguna otra industria cultural, se ha podido acoplar al mundo virtual, creando nuevos productos y nuevas formas de consumo, sin perder su génesis: emociones, placer, autocontrol, sensación de poder. Como lo ha sostenido Román Guber (2004), el cine pornográfico debe entenderse como una forma de cine documental de carácter fisiológico centrado en prácticas sexuales. Lo que define como género no es la presencia de elementos narrativos ficcionales, breves y periféricos, sino lo que se registra con mucho detalle los actos sexuales.

Para Daniel Mundo (2024), la pornografía no implica una representación de sexo, sino una lógica híper masiva, y que, gracias a internet, convertida en “la tierra prometida” la pornografía, ha encontrado su lugar de multiplicación tanto en la producción, circulación y consumo.

Desde la mirada de Debord la pornografía ha suplantado la relación genuina entre el sexo y el deseo, convirtiendo al acto sexual en una mercancía, transformando la experiencia en representación y espectáculo. En la pornografía, el cuerpo se convierte en un objeto obsceno, transformado en valor de uso e intercambio, incluso vaciando de sentido a los protagonistas. La imagen pornográfica es la gran mercancía que se propaga por internet, el fetiche del capitalismo mediático.

Sin embargo, la historia de la pornografía no se remite a mostrar sexo explícito, todo lo contrario, en sus inicios marcaba un devenir subversivo, visualizando lo prohibido y censurado, una especie de contracultura, que escapaba de la esfera del espectáculo, para ubicarse como una rebeldía social. Pero a mediados de la década de los setenta la pornografía, entre en la esfera del espectáculo, al producir una amplia gama de productos mediáticos, que de a poco se visibilizaron en un espectáculo repetitivo y mercantilista de fácil circulación y consumo.

En cuanto a la espectacularización de lo pornográfico este ha perdido su capacidad de sorprender a los espectadores, todo parece ser una constante repetición de actos, malabares, gestos y poses, anulando lo que fue en sus inicios subversivo que hoy es un cúmulo de imágenes que recrean el imaginario del placer sexual.

Pero no se puede reducir a lo sexual a la pornografía, en el “imperio mediático de internet” la sobreexposición de imágenes e información nos han conducido a un mundo donde “lo visual es esencialmente pornográfico”, como lo ha sostenido Fredric Jameson (1995).

Capitalización sexual del cuerpo en la red

El hiperrealismo pornográfico que se presenta en Internet se encasilla en un espectáculo producido para satisfacer las miradas voyeristas de los espectadores y buscar réditos económicos de quienes muestran su cuerpo e intimidad. La plataforma *Chatubarte* a diferencia de otras similares, permite la creación y divulgación de videos de *striptease* y relaciones sexuales de forma solitaria o en pareja. Originada en Los Ángeles en el 2011, su nombre es un acrónimo de chat y masturbarte. La página especializada en tráfico de Internet Semrus (2025), presentó las estadísticas de visitas de este portal. Véase gráfico 1 y 2.

chaturbate.co

Tráfico y participación de los visitantes

Compara el rendimiento de tu web con el de tus competidores haciendo un seguimiento de los indicadores clave del comportamiento en el sitio. En febrero chaturbate.co se recibieron 1,21 M visitas con una duración media de sesión de 02:03. En comparación con enero el tráfico a chaturbate.co ha aumentado en 70,07 %.



1

Gráfico

<https://es.semrush.com/website/chaturbate.global/overview/>

chaturbate.co Tráfico web por país

Consulta la distribución global de los visitantes web de tu competencia y empieza a aprovechar los mercados pasados por alto. La audiencia mayoritaria de Chaturbate.co está en United States seguido de Peru y United Kingdom.



2

Gráfico

<https://es.semrush.com/website/chaturbate.global/overview/>

Chaturbate hace una alusión a las *peepshow* de la década de los setenta. Muestra en directo, los videos que suelen quedarse unas 24 horas luego de haber sido transmitidos. La restricción es para menores de 18 años. Las personas que realizan las presentaciones no se delimitan por el binarismo hombre-mujer, sino que se extiende a: parejas heterosexuales, gays, lesbianas y transexuales.

El juego de seducción que plantea esta plataforma parte del anonimato al crear un interés en los usuarios mediante juegos, bailes y actos sexuales, que en una “primera fase” es gratuito, hasta alcanzar un alto nivel de erotismo, momento en que la “actriz o actor” decide pasar a “private show”, y para acceder a estos los usuarios deben pagar Tokens (la moneda virtual del sitio).

Como sostiene Nicolás Aravena (2018), *lxs performers* pueden permanecer en transmisión durante extensos periodos de tiempo, y frecuentemente se renuevan. Ante esta situación, y con el objetivo de construir una relación con quienes los observan, recurren a menudo al diálogo directo con la cámara: comparten opiniones sobre temas de interés, interactúan con la audiencia y establecen formas de

sociabilidad que trascienden lo sexual; pero manteniendo la dimensión erótica.

La problemática de este portal, al igual que otros similares, es que se ha convertido en un espacio donde la cosificación del cuerpo ha desembocado en la mercantilización sexual, la posibilidad de que los videos sean por iniciativa personal refleja la violencia estructural creada por el capitalismo, los videos en este sitio representan un *performance* donde la presencia de una arquitectura de la intimidad, en que la actuación y la autenticidad se mezclan en un juego seductor del simulacro donde las expresiones corporales crean la idea de la felicidad, pero reducidos a productos sexuales, objetos de seducción y placer, que se ponen al servicio de la mirada voyerista de los espectadores. Los *performances* empiezan con un recorrido erótico que funciona como una invitación para quedarse en *Chaturbate* y navegar buscando lo más llamativo.

La pantalla se convierte en un repositorio genital, sonidos fingidos, una excitación simulada marcada por una comunicación cuasi mediática, donde los mensajes escritos por los usuarios son replicados con miradas, movimientos o actos sexuales por los “protagonistas”, todo un espectáculo de la ilusión mediática como lo había argumentado Debord.

Para Linda Williams (2004) está obscenidad es amplia por la mirada pública sobre lo privado, por ello se argumenta que estos sitios ponen en debate el quiebre del límite del sentido público y privado. La interface de *Chaturbate* no es estática, funciona como un “rizoma”, planteada por Gilles Deleuze y Félix Guattari en “Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia” (2010), que permite proponer un nuevo modelo de organización de comunicación y conocimiento donde todo está interconectado, entre las características: a) conexión y heterogeneidad; b) multiplicidad, c) ruptura-asignificante, y, d) cartografía.

El rizoma en *Chaturbate* funciona como un núcleo que enlaza los diversos enlaces, un nodo que permite conectar a todos los “protagonistas”, rompiendo la linealidad de la búsqueda creando un gran hipertexto de lo pornográfico.

Las producciones que se ofertan en *Chaturbate* se disponen como una búsqueda libre, y la pantalla funciona como un manual de usuario, donde se pueden escoger a cualquier modelo, personaje o actuación, no todo es en directo, hay archivos de las últimas 24 horas. Cada “personajes” posee una especie de archivo donde se indica sus gustos sexuales, su locación, descripción de su físico, y en algunos casos, sus servicios privados.

Siguiendo a Mikaela Marzano (2006), se presenta un espectáculo cercano a un “acto caníbal” que devora el cuerpo sin importa si se presenta es heterosexual, homosexual o transexual. Los espacios

arquitectónicos donde se despliega la actuación sexual son cercanos a la cotidianidad: salas, dormitorios cocinas que evoca un sentido casero de las producciones. Para Andrés Barba y Javier Montes (2007), Internet ha transformado a la producción y el consumo de pornografía, convirtiendo a los implicados en exhibicionistas y voyeristas, una dualidad que caracteriza a los consumos pornográficos contemporáneos.

Cada sala tiene dos formas de interactuar, 1) como observador donde no se puede adelantar los videos, y 2) salas privadas con sexo explícito que para acceder se debe pagar con *tokens* (fichas-propina).

El modelaje webcam de desnudos se distingue de la prostitución tradicional porque se organiza a partir del no contacto físico-orgánico entre quien hace los actos performativos y quien observa, sin embargo, el modelaje en la webcam se ha convertido en una forma pornográfica “independiente” de las grandes productoras.

La virtualidad ha llevado a la pornografía a una industrialización de la sexualidad mediatizando y mercantilizando el cuerpo, una similitud del “régimen disciplinario” que Michel Foucault lo había descrito en “Vigilar y castigar”, que ha desencadenado en una *sexopolítica* característica del capitalismo avanzado.

Un nuevo régimen de control del cuerpo y de producción de la subjetividad que emerge tras la Segunda Guerra Mundial, con la aparición de nuevos materiales sintéticos para el consumo y la reconstrucción corporal [...], la comercialización farmacológica de sustancias endocrinas para separar heterosexualidad y reproducción [...] y la transformación de la pornografía en cultura de masas (Preciado 2010, p. 112).

En este punto el juego sexual queda bajo el deseo ubicado dentro de un capitalismo post-fordista que Paul Preciado denomina *Biocapitalismo* perteneciente a una industria farmacopornográfica que regula las formas de natalidad contemporáneas, no solo por la utilización química como las pastillas anticonceptivas, sino dejando que los espermatozoides pierdan su fuerza reproductiva, debido a que la eyaculación se hace a la luz de ver la pornografía convertida en la nueva razón orgásmica. “Potencia (actual o virtual) de excitación (total) de un cuerpo. “[...] La fuerza orgásmica reúne al mismo tiempo todas las fuerzas somáticas y psíquicas, pone en juego todos los recursos bioquímicos y todas las estructuras del alma” (Preciado, 2008, pp. 38-39).

Este tipo de portales conduce a reflexionar lo que se denomina post-pornografía que plantea varios aspectos necesarios para no caer en la banalidad argumentativa a favor o en contra de la pornografía; primero implica una revisión teórica sobre las implicaciones de la post-pornografía no solo desde el debate de género, sino en las formas de su producción y consumo que permite entender otra dimensión

sobre la pornografía, más abundante en productores (incluso productores individuales), más protagonistas, más historias, y de manera particular más consumidores.

La post-pornografía es una invitación a una revisión crítica de los preceptos y mecánicas en la producción audiovisual, “a partir de la aparición del post-porno se puede establecer una historia y comenzar a analizarla como un fenómeno cambiante, que adquiere nuevos matices, no solo a nivel de estilo, sino a nivel de contenido ideológico” (Egaña, 2009, p.5).

Estos sitios, en cierto punto, rompen con el poder monopólico de las productoras globales de pornografía como *pornhub*, entre otros, cada uno de los participantes son sus propios productores, pero esto no implica una “democratización” de la producción y circulación, sino que el monopolio está en otras manos.

Conclusiones

Sin duda, el pensamiento de Debord posee argumentos a favor y en contra, pero no se puede dudar que sus aportes al debate y a la reflexión social tienen importancia contemporánea, no solo dentro del contexto capitalista, sino de una globalización mediática. Si bien la postura central de la Sociedad del espectáculo es marxista, sus lecturas trascienden a esta, y se ubica en un horizonte complejo, que nos permite complejizar las dinámicas inmersas en un juego de las seducciones de las mercaderías mediáticas e industriales.

Cualquiera sea la posición epistémica, no se puede menospreciar la propuesta de Debord, porque es válida en tiempos conflictivos, donde la incertidumbre se ha apoderado de la cotidianidad, oscurecida por el pensamiento superfluo que tan cómodamente convive en todas las esferas sociales.

El éxito de la industria de webcam es el resultado del éxito de la masificación de la creación de contenidos, entre ellos el pornográfico, que representan la canalización de la pulsión deseante hacia otros, marcados por un alejamiento sexual físico.

La industria del sexo representa uno de los mercados más rentables que existen en la Red, entre otros motivos por su inversión monetaria pequeña, venta directa de las producciones, y la inmediatez con las que se pueden circular los audiovisuales. De esta forma, Chaturbate posee una forma de espectáculo como cualquier industria cultural contemporánea: reproducción técnica, digitalización audiovisual, circulación masiva y teatralización.

De esta forma, la pornografía se ha convertido en la mayor tecnología sexopolítica, instaurada dentro de un discurso “mediático-pedagógico que doméstica, económica y éticamente, el cuerpo” (Brenes, 2019, p. 197). La pornocultura, con sus espectáculos, ha creado un “estilo de vida” que funciona como una

pedagogía del deseo efímero y transitorio que evoca las características del mundo actual: veloz, abundante y superficial.

Los portales como Chaturbate crean escenarios hiperrealistas, que desnudan los cuerpos de una forma “endoscópica” que muestran imágenes (supra-íntimas), que “pretenden fracturar el paradigma mimético por el que se rige la representación pornográfica, su ilusión espectacular (unificante y absoluta) de acceso a lo real, así como su estructura diegética lineal-ascendente dirigida hacia el orgasmo masculino como finalidad discursiva” (Brenes, 2020, p. 199), así el cuerpo es un producto de exhibición barroca, y muchas veces, obscena y pervertida, una muestra de una pornografía no solo sexual, sino cotidiana en que vivimos.

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, T. (2005). *Minima Moralia*. Madrid: Akal.
- Aravena, N. (2018). ¿Qué juego queremos jugar? La fisura del cotidiano mediante la performance postpornográfica. *Artilugio*, (4), 03-14. <https://doi.org/10.55443/artilugio.n4.2018.21092>
- Armano, E, Briziarelli, M. (2017). *The Spectacle 2.0: Reading Debord in the Context of Digital Capitalism*. London: University of Westminster Press.
- Barba, A, Montes, J. (2007). *La ceremonia del porno*. Barcelona: Anagrama.
- Baricco, A. (2008). *Los bárbaros: ensayo sobre la mutación*. Barcelona: Anagrama.
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México: Itaca.
- Baudrillard, J. (2007). *La sociedad del Consumo*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Best, S, Kellner, D. (1991). *Postmodern Theory. Critical Interrogations*. Guilford Press.
- Brito Alvarado, X, Ortiz, L. (2016). “24 horas de consumo, notas sobre el cine pornográfico en internet”. *Question/Cuestión*, 1(52), 3–24. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3535>
- Brenes Vargas, A. (2020). Pornografía y pospornografía: análisis estético-político sobre la representación del cuerpo en la contemporaneidad. *ESCENA. Revista De Las Artes*, 80 (1), 179–204, <https://doi.org/10.15517/es.v80i1.42480>
- Egaña, L. (2009). “La pornografía como tecnología de género. Del porno convencional al post-porno. Apuntes freestyle”, *La Fuga*, 9, sp. <https://www.lafuga.cl/la-pornografia-como-tecnologia-de-genero/> 273
- Debord, G. (2008). *La sociedad del espectáculo*. La Marca Editora. Buenos Aires.
- Debord, G. (2006). *El planeta enfermo*. Barcelona: Anagrama.
- Deleuze, G. y Guattari, F. (2010). *Mil Mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*, Valencia: Pre-Textos.
- Gilman Opalsky, R. (2011). *Spectacular Capitalism: Guy Debord and the Practice of Radical Philosophy*. London: Minor Compositions.

- Imbert, G. (2004). De lo espectacular a lo especular (apostilla a La Sociedad del Espectáculo). CIC. *Cuadernos de Información y Comunicación*, (9), 69-81, <https://www.redalyc.org/comocitar.oe?id=93500904>
- Jameson, F. (1995). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós.
- Jappe, A. (1998). *Guy Debord*. Anagrama: Barcelona.
- Jost, F. (2012). *El culto de lo banal. De Duchamp a los reality shows*. Librarian ediciones.
- Marzano, M. (2006). *La pornografía o el agotamiento del deseo*. Buenos Aires: Manantial.
- Mundo D. (2024). “Ser (o no ser) una sociedad porno: por una definición”, Agencia Paco Urondo, <https://www.agenciapacourondo.com.ar/cultura/ser-o-no-ser-una-sociedad-porno-por-una-definicion>
- Ontañón, A. (2012). “La vanguardia no se rinde”: Guy Debord y el Situacionismo. *Situaciones. Revista de Historia y Crítica de las Artes*, (1),sp, <http://situaciones.info/revista/la-vanguardia-no-se-rinde-guy-debord-y-el-situacionismo/>
- Preciado, B. (2008). *Testo Yonqui*. Madrid: Espasa Calpe.
- Rincón, O. (2017). *Pensar el entretenimiento: discursos y mutaciones de la cultura del espectáculo*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas*. Barcelona: Gedisa.
- Saferstein, A. (2013). “Una aproximación a la sociedad del espectáculo en la circulación de libros. *Kairos, Revista de Temas Sociales*”, sp, <https://revistakairos.org/wp-content/uploads/FeriaLibro.pdf>
- Schiffter, F. (2005). *Contra Debord*. Melusina. Barcelona.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires. Fondo de Cultura: Económica.
- Williams, L. (2004). *Porn Studies*. Durham.Duke University Press.

Notas

- 1 Dadaísta es un movimiento antiartístico, antiliterario y antipoético, que cuestiona la existencia del arte, la literatura y la poesía, originario de Suiza y su creador Hugo Ball. El lettrismo movimiento poético de vanguardia, su creador el rumano Isidore Isou, este movimiento propugnó por un nuevo tipo de poesía, donde el valor sonoro de las palabras era más importante que su significado. El grupo Cobra fue fundado

en 1948 por artistas del norte de Europa como una reacción contra el realismo socialista y la hegemonía de la escuela de París. Este nombre se debe a la inicial de las ciudades Copenhague, Bruselas y Ámsterdam (COBRA).

Información adicional

Roles de autoría: Xavier Brito-Alvarado Escritura - revisión y edición: Preparación, creación y / o presentación del trabajo publicado por aquellos del grupo de investigación, específicamente, la revisión crítica, comentarios o revisiones, incluyendo las etapas previas o posteriores a la publicación Investigación: Desarrollo de un proceso de investigación, específicamente, experimentos o recopilación de datos / pruebas. Metodología: Desarrollo o diseño de metodología, creación de modelos. Andrés Enrique Williams Escritura - revisión y edición: Preparación, creación y / o presentación del trabajo publicado por aquellos del grupo de investigación, específicamente, la revisión crítica, comentarios o revisiones, incluyendo las etapas previas o posteriores a la publicación

AmeliCA

Disponible en:

<https://portal.amelica.org/ameli/ameli/journal/216/2165267004/2165267004.pdf>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en portal.amelica.org

AmeliCA

Ciencia Abierta para el Bien Común

Xavier Brito-Alvarado, Andrés Enrique Williams

Chaturbate: el espectáculo corporal como mercancía: una lectura desde Guy Debord

Chaturbate: the body-spectacle as experience: a reading of Guy Debord

Intersecciones en Comunicación

vol. 1, núm. 19, 2025

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina

intercom@soc.unicen.edu.ar

ISSN-E: 2250-4184

DOI: <https://doi.org/10.51385/pkmqha42>



CC BY-NC-SA 4.0 LEGAL CODE

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.