



Universidad de
San Andrés

Universidad de San Andrés
Departamento de Ciencias Sociales
Licenciatura en comunicación

***Pornografía consciente que no consiente: un análisis
de la construcción de la imagen de Pornhub***

Autora: Agustina Van Thienen

Legajo: 27299

Mentora: Georgina Gluzman

Buenos Aires, Argentina.

24 de enero, 2021.

1. Introducción	2
1.1 Hipótesis	3
2. Marco teórico	3
2.1 Género	3
2.2 Pornografía	5
2.3 Pro o anti porno: posiciones al día de hoy	7
2.3.1 Pro: en defensa de la pornografía	7
2.3.2 Anti: el daño generado por la industria	8
2.4 Espectador	9
3. Universo	10
3.1 El daño generado por Pornhub	10
3.2 Pornhub: control de daños	11
4. Metodología de la investigación	13
4.1 Análisis del contenido	13
4.2 Encuadre	14
5. Análisis	14
5.1 Pornhub celebrating 10 years, 2017	14
5.2 Pornhub presents: The Dirtiest Porn Ever, 2019	16
5.3 Dick and Jane	20
5.3.a Pornhub's Dick and Jane - Sexual Health Day, 2020	20
5.3.b Pornhub's Dick and Jane - Pride 2020	21
5.3.c Pornhub's Dick and Jane - Love in times of Corona, 2020	22
5.4 Pornhub presents: Mommy's special glasses, 2017	24
5.5 Pornhub presents: Fuck your period, 2018	26
5.6 Pornhub presents: The End Of The Orgasm Gap, 2020	29
6. Hallazgos	31
6.1 El porno es placer	32
6.2 El porno es para la mujer	33
6.3 Conciencia social	34
7. Conclusiones	36
Bibliografía	39
Anexo	41

1. Introducción

El placer, el deseo, el consentimiento y la falta de él. En el mundo hoy hablamos cada vez más de esto. El placer y el deseo, que no le pertenecen tan solo a los varones. El consentimiento se avalanza cada vez más con la necesidad de remarcar constantemente que no es no y que vivimos en una cultura que avala ciertas actitudes que luego habilitan situaciones de abuso o de violación. Hoy en día todos estos temas están puestos sobre la mesa. El feminismo, que con sus varias olas, lucha por los derechos de la mujer, pero también por los varones, para liberarlos de estructuras patriarcales que también los lastima a ellos, es la razón por la cual varios de estos temas (para no decir todos) empezaron a hablarse cada vez más. Es por esto que resulta interesante ver y analizar la imagen de una empresa, Pornhub, hija de una industria que se maneja con el deseo, el placer, el consentimiento y la falta de él.

La cuestión no está en el placer, en las ganas de masturbarse, de tocarse entre si, de tener sexo, decir que eso no es moral quedaría muy atrasado en el tiempo. Es más, hoy en día las mujeres, que siempre tuvieron que mantenerse vírgenes o si no eran impuras, hablan cada vez más de sus deseos y necesidades. Empezamos a hablar de cómo nos masturbamos y qué vibrador usamos. Es un claro ejemplo de cómo los paradigmas fueron cambiando, pues el placer, el deseo, no es solo cosa del varón. La cuestión pareciera estar entonces en la herramienta para satisfacer esos placeres: la pornografía.

¿Qué es tan interesante de la pornografía y de Pornhub? De pornografía hay muchas críticas y opiniones escritas. Qué está bien, qué está mal; es amoral, es necesaria, es cruel, es natural. En este trabajo vamos a definir pornografía y a desarrollar las diferentes posturas feministas frente a la pornografía. Con respecto a lo interesante de Pornhub, aunque una persona no mire pornografía las probabilidades de que no sepa lo que es Pornhub son bajas. La empresa es en sí una plataforma de medios en la cual los usuarios comparten videos; sería contenido autogenerado, así como YouTube. A diferencia de esta última, Pornhub permite descargar los videos en la computadora, por ende por más que no esté en la plataforma el video podrá seguir siendo reproducido y compartido. A lo largo del tiempo ha habido casos y acusaciones

de que Pornhub tiene en su plataforma videos de violaciones (entre otros crímenes) y que los mantiene. Entonces, ¿cómo es que una empresa que tiene ciertas acusaciones tan negativas mantiene una imagen al público que puede ser considerada altamente positiva? ¿Qué es lo que hace la empresa para mantener en su plataforma videos de violación y a su vez mantener tantos usuarios? En este trabajo, nos enfocaremos más que nada en una herramienta específica: las publicidades creadas por la empresa Pornhub. ¿Qué herramientas utiliza Pornhub, en las publicidades, para encuadrar su imagen como empresa?

1.1 Hipótesis

Hipótesis 1: Las publicidades audiovisuales de Pornhub que podemos ver en sus redes sociales o medios como YouTube, encuadran diferentes temas: como por ejemplo el placer y la satisfacción, de manera tal que resaltan los beneficios que provee la empresa.

Hipótesis 1.2: Las imagenes combinados con los textos y las narraciones en las publicidades resaltan o venden la pornografía como la solución a una cuestion central: el deseo. Para lograr encuadrar la pornografía como solución, las publicidades se enfocaron en resaltar los beneficios de la pornografía. Esto enaltece la construcción de la imagen de la empresa, Pornhub, y deja a la misma posicionada bajo un espectro positivo.

2. Marco teórico

Para llevar a cabo el análisis hace falta delinear el marco teórico con el que trabajaremos para poder conceptualizar la temática a trabajar. Al ser un trabajo con perspectiva de género hace falta delinear qué definición de género utilizaremos, como también otros conceptos como: espectador y pornografía. Para tener un panorama amplio de la cuestión de la pornografía tomaremos en cuenta puntos de vista anti-pornografía y también pro-sexo (o regulacionista).

2.1 Género

Definir el género, o más bien dar un panorama sobre el concepto de que es ser mujer, es esencial para este trabajo, considerando que, el análisis será con perspectiva de género y

sobre un tema que afecta a las mujeres. Al trabajar estos conceptos podemos definir la posición en la cual las feminidades, las mujeres, se encuentran. Esto es sustancial para el análisis justamente porque tomamos un tema como la pornografía que afecta directamente a las mujeres y además es una industria patriarcal y falocéntrica.

Butler (2007) en *El género en disputa*, menciona que el

“género no es a la cultura lo que el sexo es a la naturaleza; el género también es el medio discursivo/cultural a través del cual <naturaleza sexuada> o <un sexo natural> se forma y establece como <prediscursivo>, anterior a la cultura, una superficie políticamente neutral sobre la cual actúa la cultura.” (p. 56)

Al pensar el género como un medio discursivo y como este a partir del “sexo natural” que sería el femenino o el masculino, se va construyendo para poder actuar en la cultura, podemos entender que, lo que llamamos mujer y lo que llamamos varón son construcciones a partir del sexo (designado al nacer). Al ser construcciones que forman parte de la cultura, podríamos decir que lo que es ser mujer y lo que es ser varón toma diferentes roles dentro de la sociedad. Estos roles fueron mutando con los años y se fue creando una sociedad patriarcal, donde el varón se establece como superior a la mujer.

En el texto, Butler desarrolla dos teorías de dos autoras diferentes que hablan sobre el sexo femenino. Por un lado, Beauvoir que afirma en *El segundo sexo* que “no se nace mujer, llega una a serlo” y por el otro Irigaray establece que “las mujeres son el “sexo” que no es “uno”” (p. 59). Butler sigue desarrollando esta idea y establece que “dentro de un lenguaje completamente masculinista, falocéntrico, las mujeres conforman lo *no representable*.” (p. 59). La autora declara que:

“Al contrario que Beauvoir, quien piensa que las mujeres están designadas como lo Otro, Irigaray sostiene que tanto el sujeto como el Otro son apoyos masculinos de una economía significativa, falocéntrica y cerrada, que consigue su objetivo totalizador a través de la exclusión total de lo femenino.” (p. 60)

Entonces, tenemos una definición de sexo femenino que se posiciona en contraposición de un sujeto (masculino) y otra que pareciera establecer que ambos sexos son parte del mismo sistema. Ambos lo apoyan y consiguen excluir lo que es femenino. Si bien pensar a la mujer como el “Otro” es una manera de ver la feminidad, quedaría incompleta, para nuestro análisis, sin el aporte de Irigaray. Al establecer que los sexos son los apoyos de una economía cerrada y falocéntrica, podemos decir que la construcción tan diferenciada de los géneros, con diferentes roles, marcan entonces la sociedad patriarcal que mencionamos. Hay que considerar también que el “sexo femenino es una cuestión de ausencia lingüística, de una imposibilidad de una sustancia gramatical denotada y, por esta razón, la perspectiva que muestra que esa sustancia es una ilusión permanente y fundacional de un discurso masculinista.” (p. 61) Con esto podemos afirmar una vez más que, los discursos, las construcciones del sexo femenino y masculino, de los géneros binarios son herramientas para la construcción de la sociedad patriarcal y además, como dice Irigaray, al ser falocéntrica y cerrada, excluye lo femenino.

Finalmente, para terminar de definir o más bien abarcar lo femenino en un mundo patriarcal, tomamos a Butler una vez más, en referencia a Irigaray: “el modo falocéntrico de significar el sexo femenino siempre genera fantasmas de su propio deseo de ampliación.” (p. 65)

2.2 Pornografía

Arcand (1993) en *Antropología de la pornografía* intenta definir lo que es la pornografía. Por supuesto, hacer esto no es una tarea fácil y no se puede definir de tan solo una manera ya que la definición debe tomar en cuenta varias cosas como el contexto histórico, lo social, el carácter artístico y las leyes que la abarcan. Entonces, a partir de esto es necesario “delimitar la investigación y considerar la pornografía como un fenómeno social” (p. 28) y pensar la pornografía como lo que “la sociedad declara como tal”. Hay que tomar en cuenta el contexto de la recepción de la pornografía, Arcand desarrolla la idea diciendo que hay ciertos grupos sociales que consideran que el “mundo moderno” ha caído “en la obscenidad más decadente” (la pornografía). ¿Qué sucede con la idea de obscenidad y lo pornográfico? Arcand detalla entonces que la

“sociedad de alguna manera da cuenta de su jerarquía de valores, pues no sera reconocido pornografico - y sobre todo, no sera prohibido- más que aquello le parece fundamental por oposición a todo lo que será tolerado porque todavía es discutible, es decir todo lo que está menos profundamente anclado a su visión del mundo.” (p. 28)

¿Cuál es el rol del Estado y qué sucede con la censura? El autor delinea que los estados prefieren “no tener nunca que ejercer su poder de censura y que esperen evitar legislar pasando el problema al poder judicial.” (p. 29) Hoy en día la pornografía no es considerada un crimen, por ende no es prohibida por la ley. Entonces, “al volverse tolerables y más accesibles, algunas representaciones no han dejado de ser ostensiblemente pornográficas, y de obscenas e ilegales ellas se han convertido simplemente en obscenas y legítimas.” (p. 29) Al ser representaciones legitimadas podemos entonces ver cómo publicidades como las de Pornhub son tan aceptadas y accesibles, al punto que las encuentras en Youtube en un segundo. La accesibilidad y la legitimidad, ¿permiten una construcción de imagen positiva de la industria pornográfica? o más específico, ¿permite con facilidad la construcción de la imagen de Pornhub a través de publicidades?

El autor también considera que **“la pornografía es nunca una materia identificable, sino la relacion entre un contenido y un contexto.”** (p. 30) Tomando esto podríamos decir hasta mismo las publicidades a analizar en este trabajo pueden ser consideradas pornografía. Por supuesto que el contenido no es explícitamente porno, pero podría considerarse pornográfico, y si bien es en contexto de una publicidad, hay que considerar que es una publicidad de una plataforma que vende pornografía. Arcand también plantea que “la definición es de una perfecta simplicidad: la representación del sexo en sí mismo sin maquillaje y sin otra referencia, sin pretexto o excusa, en resumidas cuentas, el sexo sin otra razón.” (p. 31) Esta es dentro de todo la definición más simple y cruda: la pornografía es sexo sin razón, ya que excluimos cosas como por ejemplo: la conexión con la otra persona. Esta definición sirve, según el autor, “para identificar sus productos y para condenar a sus autores permite al mismo tiempo volverla aceptable poniéndola en contextos totalmente artificiales pero socialmente aceptables” (p. 31) Entonces, definir la pornografía no es un trabajo fácil de hacer, podemos verla de diferentes maneras, tomar en cuenta su contexto y su contenido o podemos también

considerar que la pornografía es sexo sin razón y dejarlo ahí. Lo importante de esta última definición es justamente la habilidad que tiene de volver a la pornografía aceptable por los contextos en la cual se la pone, que admiten entonces que se vuelva socialmente aceptable.

2.3 Pro o anti porno: posiciones al día de hoy

Para poder realizar este trabajo debemos considerar las diferentes posturas frente a la pornografía para intentar tener un espectro amplio y general en el análisis. McElroy (1997) en su texto *Feminist Overview of pornography, ending in a defense thereof* despliega las diferentes posiciones claramente. En el texto se establece que la posición más común es que la pornografía es “an expression of male culture through which women are commodified and exploited” (p. 1) De todas maneras, continúa estableciendo que hay otras posiciones que provienen de las feministas liberales o de las feministas pro-sexo. Entonces, el feminismo anti-porno considera que la pornografía es “in and of itself- to be an act of sexual violence.” Las feministas liberales consideran que la igualdad no se consigue por medio de la destrucción del sistema implementado, pero más bien por la reforma del mismo. La autora también establece que el principio de las feministas liberales es “a woman’s body, a woman’s right”, que incluye tanto temáticas como el aborto o el lesbianismo. Establece entonces que las feministas liberales tienen cierta contradicción en tanto a su postura frente a la pornografía que se puede resumir en lo que cita McElroy, “as a woman I am appaled by Playboy...but as a writer I understand the need for free expression.” (p. 2). Por último menciona la posición de las feministas pro-sexo que se puede resumir en que son mujeres que defienden “a woman’s choice to participate in and to consume pornography.” (p. 2). En estas últimas dos posiciones se asume que la mujer tiene libertad de elección en cuanto a la participación en la pornografía, mientras que si vemos la postura anti-porno, el hecho de considerarlo violencia sexual, se elimina el concepto de elección.

2.3.1 Pro: en defensa de la pornografía

McElroy considera que la pornografía es benéfica para las mujeres tanto en lo personal como en lo político. En lo personal porque le muestra a la mujer una vista panorámica de las posibilidades sexuales y también les habilita explorar de manera segura “sexual alternatives

and satisfy a healthy sexual curiosity” (p. 4) ya que les permite explorar en “the privacy of their own bedrooms, on a television set that can be turned off whenever she has had enough.” (p 4). Para la autora, el porno provee información sobre cómo se debería sentir el sexo y también le quita todo lo “emotional confusion that 's so often surrounds real world sex” (p. 5. Sus beneficios políticos incluyen: la libertad de expresión aplicada al mundo sexual, el efecto catártico que tiene sobre los varones violentos, por ende las protege a las mujeres, por ultimo, legitimar la pornografía protegería a las trabajadoras sexuales, ya que sería una manera de desestigmatizar su trabajo.

2.3.2 Anti: el daño generado por la industria

Consideremos también el punto de vista de los daños causados por la pornografía. Para realizar esto tomaremos a Andrea Dworkin (1986) *Pornography is a Civil Rights Issue* y a Catharine MacKinnon (1995) “pornografía: moralidad y política” en *Hacia una teoría feminista del Estado*. Ambos textos desarrollan en sí la misma idea y es que la industria pornográfica está protegida por el estado bajo la idea de que es “libertad de expresión” pero no toman en cuenta el daño real a personas reales. Dworkin remarca los diferentes actores sociales que fueron legitimando a lo largo del tiempo a la industria y menciona, por supuesto, a los medios. Si bien el modo de difusión de publicidades de Pornhub no está basado en los medios tradicionales, las redes sociales y plataformas como YouTube (donde se encuentran todos estos videos) son en esencia los que protegen y siguen legitimando a la industria. Pornhub es en sí una plataforma de medios en los cuales los usuarios comparten videos, sería contenido autogenerado, así como YouTube. Pero no hay que dejar de lado que no tiene limitaciones acerca de qué se puede subir, y esto resalta el mayor problema: se puede subir cualquier cosa, hasta lo más terrorífico que supone es inimaginable que de placer, violaciones, tortura, violaciones en manada. La plataforma genera ganancias con estos videos y aunque haya peticiones y denuncias por parte de las víctimas los videos no son bajados. El texto de Dworkin es de 1986 y seguimos hablando de lo mismo. La autora establece que “real rapes are on film and are being sold in the marketplace” (p. 27) y hoy en día en Pornhub sigue sucediendo lo mismo. Lo más problemático es que estas violaciones reales están protegidas por estar en el mercado pornográfico. Porque el porno está protegido como libertad de expresión, la violación es un discurso protegido. MacKinnon nos da otro eje que

nos sirve para el análisis estableciendo que desde “la perspectiva feminista, la pornografía deshumaniza a las mujeres en un sentido culturalmente específico y empíricamente descriptivo, no moral liberal.” (p. 381) Este punto es interesante más que nada para tomar en cuenta que las publicidades de Pornhub venden el placer y el porno como algo positivo y natural para las mujeres (no solo varones) cuando en realidad el porno nos deshumaniza. Le vende la opresión al oprimido. Ambos textos ponen en jaque la Ley de Obscenidad y delinean porque no está hecha para ayudar a las mujeres, más bien está hecha para proteger a la industria del porno y legitimarla. Todo esto parte de la base de que tanto el sistema pornográfico como el sistema gubernamental y social son patriarcales y están contruidos por los varones (encima de las mujeres).

2.4 Espectador

Tomando la industria pornográfica como una herramienta del patriarcado, consideramos que el espectador a definir es el varón. Si bien hay mujeres y otras disidencias que consumen porno (de diferentes maneras), el porno en sus raíces toma como espectador al varón. Entonces, tomaremos el concepto de espectador de Laura Mulvey (2001) en el texto *Placer visual y cine narrativo*. En este texto la autora propone un análisis sobre el cine narrativo en el cual se establece una mirada (activa) que es la masculina y una figura (pasiva) que es la de la mujer. El análisis de Mulvey está basado en el área del psicoanálisis tomando a Freud y a Lacan. Si bien la autora se refiere al cine narrativo, consideramos que el porno y más que nada Pornhub donde se suben *videos*, es un medio audiovisual que podría considerarse e incluso está protegido por tener valor artístico, por ende tomar el punto de vista de Mulvey y aplicarlo al porno no parece ser tan descabellado. Entonces, la mujer en el cine es una figura pasiva que está para ser observada y consumida por el varón y de manera mucho más explícita es un objeto pasivo en el porno. La autora resalta que “la mujer, pues, habita la cultura patriarcal en tanto que significante para el otro masculino, aprisionada por un orden simbólico en el que hombre puede dar rienda suelta a sus fantasías y obsesiones...” (p. 366) Con tan solo esta idea ya podemos aplicarlo al porno. Dar rienda suelta a las fantasías y a las obsesiones de uno es justamente uno de los puntos básicos de la industria pornográfica y no solo eso, sino que es lo que se vende como natural pero sin dar cuenta del daño que generan en el día a día de las mujeres.

3. Universo

A continuación se desarrollará una parte del estado del tema central, o más bien del estado en el cual se encuentra la empresa. Ya que partimos de la base de que Pornhub mantiene una imagen por más de haber sido acusado de mantener videos de crímenes en su plataforma, consideramos importante dar cuenta del panorama de la cuestión. Se debe considerar que las plataformas, los medios sociales y sus regulaciones están en constante cambio, por ende el panorama desarrollado para este trabajo podría cambiar en el futuro.

3.1 El daño generado por Pornhub

La industria pornográfica viene de por sí con sus críticas y con sus alabanzas. Como establecimos anteriormente, hay varias posiciones con respecto a este tema en particular. No es tan simple como estar en contra, querer regular la industria o querer abolirla. En este trabajo nos enfocamos en tan solo una de las partes de la industria, una empresa en particular: Pornhub. Y ¿cuál es el daño que este genera? ¿Cuáles son sus críticas y sus alabanzas? De esto hay notas de diario escritas, notas que resaltan varios aspectos problemáticos de la empresa.

Por un lado tenemos por ejemplo a Traffickinghub. Traffickinghub es una campaña que busca cerrar Pornhub, “Shut it. Down”. Para ser más exactos: en busca de peticiones y apoyo resaltan la realidad de los datos de la página (Pornhub). En su página principal en www.traffickinghub.com aparece un video en el cual exponen datos siniestros de la plataforma. Para empezar mencionan la cantidad de videos que hay y que la mayoría son generados por los usuarios, también mencionan la cantidad de plata que la plataforma gana a través de suscripciones y *ads* y lo siniestro es la parte donde mencionan como la plataforma avala, habilita y genera ganancias a partir de videos que contienen abuso sexual, violación y tráfico de niños.

Nicolas Kristof (diciembre 4, 2020) un columnista en el *The New York Times* escribe,

“Pornhub prides itself on being the cheery, winking face of naughty, the website that buys a billboard in Times Square and provides snow plows to clear Boston streets. It donates to organizations fighting for racial equality and offers steamy content free to get people through Covid-19 shutdowns.”

Establece después la cantidad de usuarios y “visitors” que tiene por mes, lo cual es más de lo que tienen Netflix, Yahoo o Amazon. Menciona que genera tres billones de dólares por las *ads*. Y su otro lado, no tan “wholesome” es este, como establece Kristof, la página está infestada de videos de violación. Establece entonces que Pornhub gana dinero a partir de violaciones de niños, porno venganza, cámaras espías (cámaras que filman a mujeres sin su consentimiento) y por supuesto monetizan contenido que es misógino y racista. En la nota también se remarca que “A search for “girls under18” (no space) or “14yo” leads in each case to more than 100,000 videos. Most aren’t of children being assaulted, but too many are.” Prosigue a contar historias de diferentes chicas y casos que terminaron en Pornhub. Está claro que el artículo quiere resaltar que por más bien que haga la empresa (con sus donaciones etc.) es una página que está llena de videos que no pueden ser considerados porno, más bien son crímenes. Podemos decir una vez más que Pornhub avala entonces estas conductas al dejar los videos en la plataforma y también se beneficia al ganar plata con ellos.

3.2 Pornhub: control de daños

A partir de esta nota, hubo una respuesta clara desde Pornhub, donde se bajaron o borraron más de diez millones de videos de la plataforma. Hubo una limpieza, según *Motherboard* (VICE). La autora, Samantha Cole (diciembre 14, 2020), escribe “Pornhub is removing all videos on its site that weren’t uploaded by official content partners or members of its model program” y que esto significa que gran parte de los videos que estan en la plataforma van a desaparecer. Pero, ¿desaparecen para siempre? ¿Cómo podemos estar seguros de que desaparezcan de las redes? Hay que considerar que, como resalta Kristoff (NYT), la plataforma permite que uno se baje los videos a su computadora desde la página. Entonces, por más que sean eliminados y no se encuentren más en Pornhub, el video puede seguir siendo reproducido y “lives

on as it is shared with others or uploaded again and again.” Las víctimas son re-victimizadas una y otra vez, porque Pornhub habilitó que los crímenes cometidos hacia ellas se compartan. ¿Esto quiere decir que las medidas que Pornhub tomó no tienen efecto? Es muy reciente para poder decir algo al respecto, considerando que es una medida reciente. Pornhub la anunció en su página en un comunicado donde establecen que la seguridad de la comunidad de Pornhub es de las cosas más importantes para ellos.

El cambio en políticas cuyo objetivo es “ban all unverified users from uploading or downloading content to the site” es un gran paso adelante para pelear contra la ilegalidad de estos videos. A partir de campañas como la de Traffickinghub y de notas e investigaciones como las de *The New York Times*, la respuesta de Pornhub era inminente y hubo un efecto mayor, ya que Cole cuenta en la nota que Mastercard y Visa anunciaron que dejarán de procesar los pagos de Pornhub. Esto afecta a los trabajadores sexuales y su forma de vivir. De todas maneras, estos vienen pidiendo a la compañía que hagan un cambio y actúen sobre estos casos para prevenir abuso y además ponerle freno a la piratería. Los y las trabajadoras sexuales “fear not just a blow to their income, but to the adult industry as a whole if payment processors target smaller platforms next.” Esto resalta algo importante con respecto a este área de análisis: está en constante cambio y además es muy complejo para tan solo reducirlo a algo que está bien o algo que está mal.

Pornhub quiere controlar los daños a su imagen y a sus ganancias, otras empresas grandes como Mastercard y Visa quieren generar cambios por otro lado, posicionándose moralmente en contra de Pornhub que permite videos de violaciones en su plataforma. Por un lado, el cuidado de las próximas víctimas (ya que la reproducción de los videos que hubo ya no se puede medir ni saber cuantas veces se volvieron a subir o cuantas veces se compartieron) por parte de Pornhub es algo que está en proceso. Por el otro lado hay que considerar el daño colateral: los y las trabajadoras sexuales. De todas maneras, no es pertinente para este análisis el daño generado a partir de esta decisión, pero hace falta destacar este factor para tener en cuenta una imagen más completa del estado de la cuestión.

4. Metodología de la investigación

En esta sección, abordaremos las diferentes teorías que hemos tomado en cuenta para poder realizar el análisis. Por un lado, es necesario abarcar el análisis de contenido ya que nos enfocamos en analizar publicidades audiovisuales y es necesario establecer qué es el análisis de contenido para poder trabajarlo. Por el otro, consideramos importante dar cuenta del modelo del encuadre para darle estructura al análisis llevado a cabo y porque, combinado con el análisis nos ayudará, esperamos, a encontrar las herramientas que estas publicidades utilizan al crear la imagen de la empresa.

4.1 Análisis del contenido

Tomamos a Krippendorff (2004) para entender al análisis del contenido como un “research technique for making replicable and valid inferences from texts (or other meaningful matter) to the context of their use” (p. 18).

Puesto en palabras simples, el objetivo de este trabajo es analizar una selección aleatoria de publicidades de Pornhub y ver cómo éstas construyen la imagen de la empresa. Para lograr esto analizaremos tanto el contenido textual y por supuesto el audiovisual. Esperamos encontrar, a través del análisis del contenido, ciertos patrones que sean replicables y sean inferencias válidas. Las inferencias y el análisis partirá del contexto central que trabajamos anteriormente: el género, la sociedad patriarcal y ¿qué es el porno? Mencionamos que Bernard define la pornografía y establece la relación entre el contenido y su contexto. Entonces, es importante aclarar el contexto de las publicidades: son formas de vender una empresa, eso se da por hecho, por ende se entiende que las publicidades construyen la imagen de la empresa de manera que los beneficia. Lo interesante del análisis es ver, observar el contenido y ver que se replica y que se puede inferir, cuáles son las herramientas que utilizan para realizar esto. Es por esto que utilizaremos también uno de los modelos básicos de los efectos: el encuadre.

4.2 Encuadre

Esto nos servirá para poder analizar cómo Pornhub se presenta al mundo, cómo se encuadra a sí misma, en contraste con lo que realmente es. Partimos de la base de que la empresa tiene doble cara, la que muestra y vende (que es buena y/o positiva) y la que viene detrás: es la industria pornográfica que vende y gana billones de dólares con videos de violaciones. Esto resulta interesante porque es *increíble* el manejo de las redes y de la comunicación en general, de forma tal que son los medios los que terminan legitimando a tal empresa. Ahora bien, para analizar esto tomaremos la definición de framing de Scheufele y Tewksbury (2007), quienes establecen que el encuadre está basado en “the assumption that how an issue is *characterized* in the news report can have *influence* on how it is understood by audiencias” (p. 11) Si bien los autores se refieren al encuadre en las noticias, podemos tomar esta definición y aplicarlo en este análisis, principalmente porque hay alguien que emite cierta información y alguien que la recibe (los consumidores) y cómo estos perciben al que emite la información está basado en gran parte por la eficiencia de las publicidades.

5. Análisis

5.1 Pornhub celebrating 10 years, 2017

Ahora bien, comencemos por analizar las publicidades y como estas proponen una imagen positiva del porno y de Pornhub. En este video de 0:55 segundos podemos ver diferentes situaciones cotidianas como ir a la panadería, tomar una clase de yoga o estar en un taxi que lentamente se transforman en situaciones sexuales. Hay tres personas que ven lo sexual en las situaciones cotidianas: un hombre en la panadería que observa a la vendedora, una alumna en la clase de yoga que observa al profesor tocando a otra mujer/alumna y por último una mujer en el taxi que mira a dos varones moviendo un sillón (que se vuelve el objeto sexual). Podría decirse que tomar lo cotidiano y transformarlo en sexual es naturalizar los deseos sexuales de las personas en el día a día. Después de todo es natural y normal tener pensamientos de naturaleza sexual en el medio del día. Hasta ahí no hay (tantos) problemas.

Vemos entonces que el porno es natural y bueno y no está hecho solo para los varones. Esto último está hasta resaltado con el uso de tres personajes que tienen pensamientos/deseos sexuales y que dos sean mujeres. En una sociedad patriarcal en la cual siempre se estableció a la mujer como el objeto pasivo y puro que no tiene deseos sexuales (la virgen) y en donde se humilla a las mujeres que les gusta el sexo, Pornhub viene a mostrarnos, a nosotras las mujeres, que está bien tener estos pensamientos, que es cotidiano y que es natural. Invita a las mujeres a sumarse a consumir y ser espectadoras del porno que es tan liberador, las invita a dar rienda suelta a sus deseos.

Ahora bien, tomemos a la mujer de la clase de yoga y la del taxi, ambas no pueden creer lo que están viendo, al igual que el varón en la panadería, pero ambas esencialmente están viendo lo mismo. En el caso de la escena de yoga (*imag. 1*) el profesor está agarrando a una mujer por atrás y moviéndose como si la estuviera penetrando mientras que el audio es de gemidos. En el caso de la mujer en el taxi ve a dos varones hacerle lo mismo a un sillón (*imag. 2*), para sumarle a esto la mujer siendo agarrada en el caso de yoga no es del todo mostrada, es más, se le hace zoom al profesor; el que está disfrutando es él. La que lo está observando es quien lo quiere recibir, es lo que está pidiendo. La mujer del taxi ve la situación de los varones y ¿quiere ser el sillón? Para terminar, el varón en la panadería está viendo como la mujer chupa el pan como si fuera sexo oral y es la única mujer que se muestra teniendo placer, la mujer tiene placer cuando se lo está dando al varón. Lo que todo esto tiene en común es que el sexo que vende es falocéntrico. Al fin y al cabo la mujer sigue siendo el objeto pasivo, en el único momento que se la ve como una figura activa/deseante es en el momento que se la ve como consumidora del producto que la objetifica. Hay un último punto sobre estas imágenes que llama la atención: retomando la situación de la clase de yoga, ¿a cuántas les habrá pasado que un varón en situación de poder (profesor vs. alumna, por ejemplo) se haya “pasado de la raya” y abusado de ella sexualmente, la haya tocado inapropiadamente y demás? Es una situación literalmente cotidiana y para nada placentera, pero sin embargo en esta publicidad Pornhub lo naturaliza. Dworkin (1986) menciona en su texto que la pornografía naturaliza actos y abuso en la vida real, o sea que no solo hay videos de violaciones reales si no que la manera en la cual se objetifica a las mujeres y se vende violencia como placer tiene repercusiones en mujeres en la vida cotidiana. Lo que llama la atención es que los datos que hay sobre eso vienen de “testimony of sex offenders. That's

how we know that pornography is *meaningful* in the commission of sexual offenses.” (p. 37) A partir de esto podríamos decir que la pornografía avala ciertas actitudes que son violentas y dañinas para las mujeres, entonces esta escena en la clase de yoga pareciera ser algo problemática.

El video finaliza planteando que la plataforma tiene “the largest selection of amateur videos online” y que “anyone can be a pornstar” (*Pornhub celebrating 10 years*, 2017). De esto podemos resaltar dos cosas: la idea de que todo es porno, o todos podemos ser estrellas porno remite a la correlación de dos ideas: el placer es natural por ende el porno (que es para placer) está bien. La otra cosa que resalta es que la plataforma *tiene* la selección más grande de videos amateur. Como mencionamos anteriormente los videos que la gente sube, de los cuales la empresa gana billones, son amateur y en muchos casos son videos de por ejemplo: violaciones reales. En el video que mencionamos de Traffickinghub se mencionan dos casos específicos en los cuales las violaciones y tortura de dos niñas (dos instancias separadas) fueron subidas a la plataforma y reproducidas sin problema alguno. Tuvo que haber acción legal para que se hiciera algo, esto muestra al exento a que esto se puede llevar y la protección que tienen estos videos que son considerados pornografía por estar en un sitio de pornografía. Las víctimas no pueden estar en paz y son re victimizadas una y otra vez con cada reproducción pero mientras que Pornhub gane plata el daño que les genera a estas personas no parece importarles. Podríamos decir que esto deja en evidencia el falso compromiso social de la empresa.

5.2 Pornhub presents: The Dirtiest Porn Ever, 2019

La publicidad/campaña de 2019 busca donar dinero a Ocean Polymers para la limpieza de los océanos y las playas. Pornhub lo hace de una manera muy eficaz ya que te pide que mires una “película para adultos” y que por cada vista (*view*) la empresa hace una donación. Al hacer esto hace que el consumidor se sienta hasta útil y bien consigo mismo porque a la vez que se masturba al ver un video porno está haciendo un bien al mundo, está limpiando las playas. El video transcurre en una playa, supuestamente una de las más sucias, en la cual dos personas, un varón y una mujer, están caminando y termina con ella arrodillándose y sacando el traje de

baño al varón. Esta escena está tapada por una botella mientras aparecen personas para limpiar la playa. ¿Qué logran con esto?

Hay dos maneras eficaces en las cuales esta publicidad/campaña interpela al espectador. Por un lado, te muestra que es una empresa comprometida con la lucha por la tierra y la ecología y te invita a ser parte. Hace que el espectador se sienta parte de una comunidad, algo que se ve también en la primera publicidad ya que esta termina con el logo de Pornhub y bajo este dice “community” (comunidad). No solo esto, sino que al plantear “anyone can be a pornstar” está invitando a todos a ser parte de lo mismo, de la comunidad de Pornhub. En este caso vemos que la comunidad a la que refiere no es solo la de la pornografía si no que invita al espectador a ser parte de algo mucho más grande: salvar al planeta tierra, cuidarlo. Ahora bien el espectador de Pornhub sigue siendo consumidor de pornografía, entonces ¿qué hace la plataforma para unir esta causa ecológica con el porno? Un trailer. El video de 1:16 es un trailer. Ya el título del video lo dice, desde el minuto cero se plantea que Pornhub está presentando algo de la misma manera que los trailers de películas dicen “Disney presenta”. Parecemos no estar tan lejos del análisis del cine narrativo de Mulvey. El trailer para la película para adultos (como ellos lo denominan porque decir película porno pareciera no ser muy marketinero) es entonces capaz de atraer al consumidor al cual quizás el planeta tierra no le importa pero ahora se puede sentir parte de algo más grande con el simple hecho de hacer click a un video. Pornhub incentiva a la gente a participar de esto.

Pasemos entonces a lo que dice exactamente el video. Empieza con imágenes y sonido placentero, una playa hermosa y se muestran dos cuerpos hermosos. Sobre la imagen empiezan aparecer frases que plantean “En pornhub tenemos un motto: mientras más sucio mejor. Pero hasta para nosotros hay un límite” (*Pornhub presents: the dirtiest porn ever*, 2019). En este momento es en el que las imágenes de la playa limpia y hermosa cambian a ser de una playa totalmente tapada de basura. A la par de estas imágenes establecen la cantidad de basura termina en las playas y comentan sobre cómo esto pone en peligro a los ecosistemas ya frágiles. Hasta ahí la información presentada es algo que leemos constantemente en las redes y/o en todas las campañas para limpiar las playas. No es nada nuevo, pero es una manera de concientizar. Entonces en el minuto 0:31 es cuando se convierte sobre ellos y el espectador. Pornhub prosigue a plantear que “decidieron hacer algo

sobre esto” (*so we decided to do something about it*) y ahí es cuando se revela el texto: “Pornhub presents: dirtiest porn ever” con unas letras bajo el agua que parecen estar hechas de petróleo (*imag. 3*). El trailer sigue delineando que filmaron una película para adultos en una de las playas más sucias del mundo, estas frases están acompañadas por imágenes de la mujer en ciertas posiciones sensuales y también invitando al espectador a verla (*imag. 4*). En esta imagen podemos ver como ella lo agarra a él y es la que lo mueve por la playa. En las imágenes que siguen la mujer está tirada en la costa con las piernas abiertas y alguien que la mira desde arriba, la cámara. ¿Quién es la cámara? El varón, que no solo es el que está literalmente en el trailer pero si no el que está mirando la publicidad. Mulvey (2001) plantea algo interesante que nos sirve para entender los efectos de esta dinámica. La autora menciona a Freud y la escopofilia que “surge del placer de usar a otra persona como objeto de estimulación sexual a través de la observación.” (p. 369) El objeto a ser observado en este caso es la mujer en la playa sucia y a su vez la que está sucia es ella (previamente establecido con el motto de Pornhub). Ahora bien, el varón mirándola y usando la cámara es la mirada que se transformó en la mirada del espectador. Esto está más relacionado con lo que Mulvey (2001) toma de Lacan, donde plantea que “a través del narcisismo y la constitución del ego, procede de la *identificación con la imagen contemplada*” (p. 369) Entonces, el sujeto masculino, la mirada masculina activa que plantea Mulvey se ve claro en estas imágenes. Es en este momento donde el espectador no es sólo portador de una mirada sin consecuencias si no que es portador de una mirada activa en la cual él se puede identificar con la cámara y/o con el varón que apareció en el video. Se identifica porque a través de él puede ser este varón y dar rienda suelta a sus deseos.

Para tomar como último punto sobre lo que te muestran que están diciendo contrastado a lo que realmente están diciendo tomemos la *imagen 5*. Establecimos anteriormente que la que está sucia no es solo la playa, si no que la mujer también. Esto está reforzado con la imagen 5 en la cual el texto que aparece encima es “y para limpiarlo” (*and to clean it up*), si bien están hablando de las playas y sobre qué van a hacer ellos como empresa para limpiarlas, lo que realmente están insinuando es: ¿qué vas a hacer vos para “limpiarla” a ella que está sucia (y sabemos que te encanta)? La yuxtaposición de la imagen con el texto es lo que interpela al *consumidor de porno*. Desde el minuto cero se plantea que lo sucio es lo que les gusta y eso es lo que Pornhub les da. Ahora bien, con esta imagen piden ayuda para limpiar el océano y

las playas: Pornhub lo hace con sus donaciones, el espectador lo hace ocupándose de otra cosa sucia, que sería ella. Es en ese momento en el cual el espectador se identifica con la mirada de la cámara que la porta el varón del video.

La publicidad termina planteando que una vista es igual a una donación para Ocean Polymers por parte de Pornhub. Aquí lo que logran es que uno se sienta bien con ir a ver la película porque están ayudando al planeta tierra. Las imágenes de estos últimos segundos, acompañados por un texto que lee “queremos que vos te ensucies” (*we want you to get dirty*), son las de ella arrodillándose y sacando el traje de baño al varón (que ya está establecido como objeto de identificación para el espectador), mientras que otras personas limpian la playa. Este texto es lo que completa la idea de “para limpiarla queremos que vos te ensucies”, porque para limpiar la playa con las donaciones de Pornhub necesitan que el consumidor se ensucie. La imagen sexual está tapada justamente porque es un trailer y deja al espectador queriendo más. Después de todo, ese es el punto de un tráiler.

Entonces, nos preguntamos: ¿Qué es lo que logran con esta publicidad/campaña? Retomando lo mencionado anteriormente podemos ver que tienen un claro objetivo y es hacer donaciones a Ocean Polymers. A primera vista la publicidad es simplemente e increíblemente creativa, hace del espectador parte de algo importante y mezcla placer (sexo, porno) con deber (cuidar el planeta). Te invita a hacer algo sin tener que hacer mucho esfuerzo. Debajo de esta primera mirada podemos ver el mensaje detrás de esta supuesta conciencia y que es siempre el mismo en el cual la mujer es un objeto que te invita a literalmente hacerle cosas. El discurso de la pornografía sigue siendo muy claro. Dworkin (1986) lo puso en palabras perfectamente cuando dice que “we are supposed to believe that her speech is that she likes it and she wants more” (p. 34). Volvamos al motto que plantea Pornhub y lo que declara en el video: “mientras más sucio mejor, *pero* hasta nosotros tenemos un *límite*” (2019) ¿Cuáles son los límites? Los que se les escapan como industria. El límite del que hablan en este caso son los de la contaminación, porque *esa* suciedad está *mal*. Aca vemos una cierta moralidad de la empresa. Tomemos lo que plantea en su texto MacKinnon (1995) cuando dice que “la pornografía *no ve nada malo* en lo que le hace a las mujeres” (p. 364) considerando esto podemos decir que hay una diferencia entre una suciedad buena y una mala en la cual Pornhub no reconoce el daño que la industria genera en tantas mujeres. El video lo deja claro:

te pide que te ensucies mirando pornografía y con la mujer sucia que hay en la playa (suciedad buena) para eliminar una suciedad que está mal (la contaminación).

Finalmente, la publicidad/campaña es eficaz en mostrar un lado positivo de la empresa y ayuda a la imagen de la misma el estar asociados con una entidad que ayuda al planeta. Se ponen bajo esta luz positiva en la cual son parte de la solución a un problema que nos abarca a todos (la contaminación) y creativamente muestran una manera de ayudar. ¿Cómo va a ser esto negativo? Bueno, si consideramos que es una empresa que se beneficia de videos de violaciones y torturas, como planteamos anteriormente, su moralidad está medio quebrada. Usan su poder como la plataforma más grande de pornografía para hacer un *bien* al planeta porque hay una suciedad que está *mal*, pero esa suciedad no es la violación.

5.3 Dick and Jane

Dick y Jane son dos personajes que aparecen recurrentemente en las publicidades de Pornhub. Las diferentes publicidades siguen a estos personajes animados en situaciones diferentes bajo el título de “Las aventuras de Dick y Jane”. Nos pareció interesante el uso de animaciones y la institución de personajes con nombre y personalidades para publicitar pornografía, por ende tomamos tres publicidades que giran al rededor de ellos para analizar.

5.3.a Pornhub’s Dick and Jane - Sexual Health Day, 2020

El video empieza con Dick (el varón) jugando videojuegos en la computadora. Lo interrumpe Jane (la mujer) y le apaga el juego. El mira con mala gana. Después ella abre la página de pornhub y él mira expectante. La siguiente escena es de él bajándose la bragueta del pantalón, esperando claramente mirar porno y tener relaciones con su mujer. Hay un acercamiento al logo de Pornhub y vemos que a su lado dice “Sexual Wellness Center”, ¿es Pornhub un centro de salud sexual? Aquí la cara de Dick es cómplice con ella y es positiva. Vemos entonces la página entera donde se ven títulos como: Get healthy, sexuality (entre otros) y videos titulados como “STD testing” “breast cancer”, “LGBT safe sex practices” todo relacionado con la salud y la sexualidad (*imag. 6*). Al terminar de “scrollar” ven un cartel grande que dice “Do you want to get tested? Click here”, entonces ellos se miran sonrientes,

hacen click y se acercan el uno al otro, contentos. Esto da un mensaje claro, si bien no tienen sexo, que es lo que asume Dick al principio, cuidarse el uno al otro al sacar un turno para testearse, es también algo que celebrar, algo de lo cual estar contentos. El video termina con carteles diciendo “Taking care of yourself means taking care of your health. Have a happy and safe World Sexual Health Day”. Aparece finalmente el logo de Pornhub incentivando a que “visites su página para aprender más sobre salud sexual” [traducción propia].

Hay que considerar el contexto en el cual esta publicidad sale: es una ocasión especial, es un día que remite a la sexualidad, al sexo y a la salud de por sí y Pornhub, al vender contenido sexual, no puede dejar de hacer algo con respecto a esta ocasión. En este caso, la publicidad parece ser totalmente de concientizar sobre la salud sexual, hacer de testearse para enfermedades transmitidas sexualmente (ETS) algo responsable, que se hace hasta en pareja y que es algo de lo que se debe estar feliz. En el caso de Dick y Jane, varias de sus “aventuras” son para concientizar sobre diferentes temas. Esto lo podemos ver en las próximas publicidades a analizar, que pertenecen a la serie de Dick y Jane.

5.3.b Pornhub's Dick and Jane - Pride 2020

En el video de Pride (orgullo, día especial de festejo y orgullo para la comunidad LGBT+), vemos a Jane abrirle la puerta a lo que parece ser otra mujer. Se empiezan a besar y desvestirse mientras que suben las escaleras. Una vez arriba, en el cuarto, vemos a la mujer mirarse en el espejo. Entonces se saca el maquillaje y revela entonces que es en realidad Dick en drag. Otra vez nos encontramos con una publicidad en una ocasión especial, en este caso el día del orgullo. ¿A quienes quieren representar? Los sujetos representados de estas publicidades son una pareja heterosexual. Todas las aventuras de Dick y Jane los involucran a ellos.

En este análisis tomamos como aspecto central el rol de espectador masculino cis heterosexual, entonces ¿a quién va dirigido esta publicidad? En el día de hoy hay muchas empresas que utilizan la bandera LGBT y sus símbolos en el mes del orgullo, o en el día, sin hacer un cambio real. Es parte de la imagen, de lo que hoy en día se considera importante. Esto no quiere decir que no haya porno gay (por que lo hay), pero el que vende Pornhub, ¿es para las personas dentro de esta comunidad? Por ejemplo, el porno que muestra sexo entre

mujeres, si bien puede ser consumido por mujeres lesbianas, es más que nada para el espectador masculino heterosexual.

En esta publicidad podemos ver un claro intento de representación de una comunidad minoritaria que la necesita. Es una manera de acercarse a esta comunidad, extenderles una mano porque el porno es para todos. La publicidad termina con una frase que dice “This pride, celebrate your true colors” (Este orgullo, celebra tus colores verdaderos). Claro está que al utilizar “colores verdaderos” se refiere a la bandera LGBTQ+ y todos los colores que está comporta. Las banderas que representan las diferentes orientaciones sexuales, las diferentes identidades de género, tienen una variedad enorme de colores. ¿Qué sucede con Dick y Jane? Sus colores verdaderos al fin y al cabo son los de una pareja heterosexual, así como termina la publicidad. ¿Es una falsa representación? ¿falsa empatía? No podemos afirmar esto con tan solo ver la publicidad. De todas maneras podemos decir que, con tal de mantener la serie de Dick y Jane, la pauta publicitaria termina representando una vez más a una pareja heterosexual. Nos preguntamos entonces, ¿cuáles son los colores verdaderos de Dick y Jane? ¿Es drag? ¿Es trans? ¿Se divierte de vez en cuando? Reiteramos, no se puede afirmar que es falsa representación, pero pareciera ser que algo está en falta.

En conclusión, es una pauta publicitaria que de cierta forma debe estar, ya que es parte del mundo pornográfico y de sexual (al igual que el día de la salud sexual). Son publicidades para ocasiones especiales que juegan parte en crear una imagen clara de la empresa: consciente (salud) e inclusiva (LGBT+).

5.3.c Pornhub's Dick and Jane - Love in times of Corona, 2020

Este video es particular, como la situación del COVID y el mundo actual. Acá podemos ver algo interesante: Pornhub le pide algo al espectador. Como en el caso de la publicidad 5.1, la empresa se posiciona en un lugar de concientización y de responsabilidad social, aunque en el caso de la primera publicidad, el pedido es menos directo.

Love in times of Corona empieza con Dick y Jane listos para filmarse y con un cartel que lee “En respuesta a la pandemia de COVID-19 Pornhub tiene un pedido especial para todos sus

usuarios. Por una vez, en vez de pedirte que te ensucies, queremos mostrarte cómo mantenerte limpio y seguro” [traducción propia] (*imag. 7 y 8*). Entonces presentan “The cleanest porn ever. With Dick and Jane”. Esto es un claro contraste con la publicidad de 2019, es más es su clara contraparte. Suciedad vs. limpieza. El video prosigue y empiezan las imágenes sugestivas. Jane está con la cámara y está filmando a Dick parado mientras... ¿se toca? (*imag. 9*) Vemos entonces otro cartel que dice “THE HANDJOB: wash your hands frequently, at least for 20 seconds.” y corta entonces a un frame donde solo se ven las manos y se las está lavando. Al cambiar el frame, completa la imagen de la primera escena. El juego de palabras con “handjob” no puede ser traducido directamente al español, ya que pierde sentido. Handjob en este contexto toma dos significados: como masturbación y como el trabajo de las manos en el contexto de Covid: lavarlas constantemente. Sigue entonces con otras escenas con imágenes sugestivas donde aparecen Dick y Jane por separado, parecen estar teniendo relaciones o realizando una actividad sexual (*imag. 10*) y hay un corte a otro cartel que lee “Play with yourself: maintain social distancing when outside of the home.” Vuelve a ellos y vemos que están separados en lo que parece ser un living, haciendo actividad física. Finalmente hay una última situación en donde los vemos con la cámara preparada para filmar la cama, Jane acostada en la cama. “QUÉDATE Y JUGA: y por supuesto, quédate en casa.” Vemos entonces a Dick cerrar las cortinas y cortar una vez más para mostrar un mensaje de Pornhub “Pero no te preocupes; te mantendremos entretenido mientras tanto” y termina con una frase que dice “porque no hay límites a las forma de hacerlo...sin tocarnos uno al otro.” [traducción propia.]

Entonces, al concientizar sobre la pandemia, te pide por favor que te laves las manos, mantengas distancia social y que te quedes en casa pero también te recuerda y te pide que te entretengas mirando porno. Mirar porno y masturbarse es una actividad que se puede hacer sin necesidad de tener a otro. Es así como generalmente se consume porno. Podríamos decir que en la cuarentena todos tuvimos un momento de aburrimiento, de no saber qué hacer con nosotros mismos, pero no hay problema: Pornhub viene a entretenerte. Tanto así que Pornhub al comienzo de la pandemia libero Premium gratis por un mes para todo el mundo, el 23 de marzo del 2020, la cuenta de Pornhub tuiteó: “Stay home and help flatten the curve! Since COVID-19 continues to impact us all, Pornhub has decided to extend Free Pornhub Premium

worldwide until April 23rd. So enjoy, stay home, and stay safe Fire <https://pornhub.com/stayhome #StayHomehub>” (Pornhub).

A diferencia de la publicidad 5.2 analizada anteriormente, aquí Pornhub le pide al espectador que por favor se quede limpio. La conciencia en esta publicidad es marcada por los diferentes textos que aparecen y además es reforzada con el juego de palabras y las imágenes sugestivas. En el contexto actual, es más eficiente en encuadrar la información que en el caso de 5.2 porque no divide entre una suciedad o una limpieza que está mal u otra que esté bien. No se ve una línea moral o amoral como hemos visto en el caso de la publicidad centrada en limpiar las playas. Al evitar eso el análisis previamente usado no la abarca, ya que no podemos analizar el mensaje a partir de lo que es moral o no. Podríamos decir que es tan solo una publicidad que con juego de palabras e imágenes hace su parte en *concientizar* sobre un tema que afecta a todo el mundo y puede ser considerada parte de la *responsabilidad social*. No da información nueva, tan solo refuerzan, de una manera divertida, la información que el mundo tiene al momento: para cuidarse del virus hay lavarse las manos y mantener distancia social. Finalmente, da cuenta del *aburrimiento* que el espectador puede llegar a sentir quedándose en casa y da una solución a esto ya que lo *mantendrá entretenido*.

5.4 Pornhub presents: Mommy’s special glasses, 2017

Esta publicidad es para el Día de la Madre. Muestra entonces a un hijo haciéndole el desayuno a la madre. Por arriba de las imágenes hay un audio que relata cómo la madre solía esperar con ansias el día de la madre, como era un día para demostrarle a tu madre lo mucho que la quieres con algo especial, que más allá del regalo lo que realmente le estabas dando a tu madre eran esos recuerdos del corazón. Pero esa magia desapareció con el tiempo, la conexión que solías tener con tu madre ya no está, desde entonces el día de la madre no es lo mismo, hasta ahora: si no sabes que darle a tu madre este año Pornhub tiene la solución.

La mujer en este caso es presentada como una mujer insatisfecha. Al principio, las imágenes que vemos son de regalos con “amor”, hechos a mano por niños (*imag. II*) esto se contrasta entonces con las imágenes que aparecen después de regalos “menos pensados” o con menos amor, regalos que hicieron que la magia vaya del día de la madre vaya desapareciendo (*imag.*

12). La mujer, madre, está insatisfecha con los regalos y la atención que recibe el día de la madre ya que dejó de ser un día especial. La solución te la trae Pornhub con estos lentes para que la mujer pueda explorar nuevos horizontes a través de una experiencia de realidad virtual.

En el minuto del video el audio dice “porque ella es más que tan solo la mujer que te dio la vida, es una mujer en su propio derecho...con sus propios deseos”. Acá se posiciona a la mujer, previamente establecida como madre, como algo más que tan solo eso. Antes de eso, el encuadre y lo que quiere decir la publicidad está claro: la mujer, madre, era tan solo eso y estaba satisfecha hasta que sus hijos crecieron. La madre entonces ahora se encuentra insatisfecha. La mujer, madre, con sus hijos ya grandes que le regalan cosas que no la satisfacen, porque, según la publicidad, están hechos sin amor, deja entonces su virtud de madre para volver a ser mujer, con deseos propios. Claro esta que un niño no podría jamás regalarle a su madre algo relacionado con el sexo, sin embargo, es la manera en la cual esta construida la historia lo que hace creer que la madre esta posicionada como madre y no como mujer desde el principio, solo para volver a serlo una vez que sus hijos crecen. Otra frase que termina de poner esto en evidencia es en el minuto 1:13 donde mencionan que la experiencia de realidad virtual le dará a tu madre “sensaciones que papá no le dio durante todos estos años.”

Lo que se quiere establecer con esta historia de un minuto y medio, es que la mujer es más que tan solo madre es mujer con deseos propios, pero para serlo ¿debe dejar de ser madre? Podríamos decir que al mostrar lo insatisfecha que está con sus regalos, con un nido ahora vacío, su vida dotada a sus hijos se terminó ya que, como se establece en la publicidad, la “conexión que tenías con tu madre se fue desvaneciendo” (minuto 0:46).

Establecimos anteriormente que con el espectador de Mulvey, el varón puede dar rienda suelta a sus fantasías a través del varón en las películas, al reflejarse en él y como este se comporta alrededor de las mujeres en el cine narrativo, en este caso pasivas. ¿Es en este caso la mujer la capaz de dar rienda suelta a sus deseos? ¿Fantasías? Está insatisfecha con respecto a los regalos del día de la madre y además se establece en el minuto 1:13 que está insatisfecha sexualmente. Las mujeres ven porno, las mujeres tienen necesidades sexuales, pero como se ven representadas en los medios no refleja necesariamente esto. Mulvey establece al

espectador (activo) y a la mujer (pasiva) y aunque haya una concientización sobre las necesidades de la mujer, el porno, la sigue poniendo en una posición de objeto a ser consumido.

Entonces, por un lado la publicidad muestra un lado de la mujer que es real y necesario visibilizar: no es solo madre, es una mujer en su propio derecho con sus deseos y fantasías sexuales. Por el otro, la solución la ofrece Pornhub, que es una empresa dentro de la industria pornográfica que objetiviza a la mujer y la representa en tanto y en cuanto a lo que el varón (espectador) quiere, para que este pueda dar rienda suelta a sus deseos.

5.5 Pornhub presents: Fuck your period, 2018

En este caso podríamos decir, antes que cualquier otra cosa, esta publicidad está destinada 100% a un público femenino. Si bien hay hombres trans por ejemplo que menstrúan, no está destinado a ellos.

Podemos ver ya con tan solo el título que está destinado a personas que menstrúan, ya que se dirige directamente al periodo, al ciclo menstrual. Es una publicidad animada, como por ejemplo las de Dick and Jane y tiene una paleta de colores rosa y roja. La voz narrativa encima de las imágenes en este caso es femenina, creando entonces la conexión con la espectadora, mujer en este caso, con la cual se puede relacionar. A diferencia de muchas publicidades que hemos visto de toallitas, donde la sangre se tapa y es azul, en esta vemos el rojo sangre en todos lados, incluyendo las manos con las cuales una se cambia los productos higiénicos o en este caso, se masturba.

Lo interesante de esta publicidad recae en lo positivo y lo negativo. ¿Qué queremos decir con esto? La connotación de las palabras y el cambio de paradigma que generan. Ambas la menstruación y la masturbación femenina parecen ser un tema tabú. Son cosas que se esconden o, en el caso de la masturbación femenina, no pasan. La publicidad de todas maneras pone al periodo menstrual como algo molesto y negativo (*ver imag. 13*) y a la masturbación como algo positivo, una solución a varios problemas que trae la menstruación.

Desde el principio la publicidad establece que el ciclo menstrual es un peso, un dolor de ovarios podríamos decir. Entre los precios de los productos de higiene y los dolores menstruales, varias mujeres padecen el periodo. Si bien menciona temas más problemáticos como los mencionados anteriormente, también hace gracia de algo a lo que todas nos pasa o podemos relacionarnos: “el miedo a estornudar” cuando una está indispuesta. Esta frase está acompañada de una imagen en la cual una persona estornuda y salta sangre a toda la pantalla. Desde ya vemos que no hay un tabú con la sangre y la menstruación. La publicidad no guarda nada y muestra el color rojo y la sangre por todos lados (*imag. 14*). Procede a mencionar que un 49% de las mujeres tendría sexo cuando esta indispuesta y un 51% no.

La publicidad entonces establece que entiende (a las que no quieren hacerlo) pero de todas maneras comienza a enlistar cosas positivas de tener orgasmos mientras una tiene su periodo. Los beneficios incluyen disminución de los dolores por liberación de químicos naturales como oxitocina y dopamina. Vemos entonces ahora al aparato reproductivo femenino en paz y más tranquilo (*ver imag. 15*), a diferencia de la primera imagen que tenemos de este en el cual se lo ve “enojado”, hasta parece ser una planta carnívora. Los ovarios entonces se transforman en una O de orgasmo y esa O en una boca que está gimiendo y esa boca abierta en una sonriente. Tener un orgasmo te puede hacer sonreír y calmar el dolor que te genera el periodo y no solo eso, también, según la publicidad, tener un orgasmo puede reducir los días que dura el periodo. Después hace un juego de palabras en el cual menciona que si bien no quieres dejar que “barcos” lleguen a tu “puerto” no significa que no puedas hacer algo al respecto, acompañado de una imagen de una mano caminando con dos dedos (*imag. 16*). Acá está insinuando la masturbación femenina. Tenemos entonces, al diablo, lo negativo, pero de todas maneras lo hablado, que es la menstruación, y el placer, lo positivo, la masturbación, insinuada pero a su vez muy explícitamente marcada.

La solución a tus problemas y dolores menstruales es masturbarse, tener un orgasmo. Si no quieres tener “sex period” (cómo el 51% de las mujeres según la publicidad), puedes satisfacerte a vos misma y para eso está Pornhub. Entonces, “Pornhub presents: Fuck your period”, te ayudan en “shark week”. De nuevo vemos la connotación negativa de la menstruación, los tiburones (animales carnívoros) y la sangre y el dolor menstrual que viene con esa semana. Esta es la instancia donde la publicidad presenta el beneficio que provee la

plataforma: durante esos días del mes, tienes acceso a todo el contenido premium. Utilizan palabras como “motivación” (porno), para una “curación sexual muy necesaria” (masturbarse). Lo único que debe hacer la usuaria es entrar a la página, llenar un cuestionario (*imag. 17*) sobre su periodo menstrual (así como en muchas aplicaciones que ayudan a trackear el ciclo) y a partir de eso el sistema estima la “próxima visita de tu amigo sangriento” y la próxima vez que te visite te va a saludar de una manera mucho más amigable ya que tendrás acceso gratis a Pornhub Premium por la duración de tu periodo.

Vemos una vez más, un problema y una solución. El problema en este caso aplica tan solo a las personas menstruantes y esta es su menstruación, ¿la solución? masturbarse, más bien masturbarse con porno en Pornhub. A diferencia de por ejemplo, la publicidad del día de la madre, la solución parece ser un plus a algo que es negativo, es mejorar una solución que de todas maneras va a pasar. En el caso de la publicidad del día de la madre, mencionamos que el problema era una mujer insatisfecha con su vida, una mujer que no es mujer, es madre, pero cuando deja ese rol tiene deseos, como mujer en su propio derecho. En este caso, la mujer y la satisfacción están unidas como algo positivo y visibilizado, la menstruación sucede de todas maneras y algunas lo sufren más que otras. La mujer está posicionada como mujer y la solución no viene a darle esta virtud de mujer, si no a mejorar una parte de esa misma virtud. Tenemos a la sangre visible, las realidades de los dolores y el costo económico y físico del periodo. La menstruación y la masturbación son realidades poco habladas, pero es algo que en el mundo del porno no se esconde. Mas que nada la masturbación. Si no quieres tener sexo en tu periodo, Pornhub lo entiende, pero no hay porque no disfrutar de un buen orgasmo y para eso necesitas de nosotros (Pornhub) que te daremos beneficios y acceso gratis durante esos días para que puedas aliviar tus dolores.

Considerando el contexto, el contenido y la manera de presentar la menstruación, podríamos decir que con esta publicidad la compañía se presenta solo para las mujeres (si bien hay personas que menstrúan y no son mujeres, no podemos afirmar que esta publicidad les incluye). Al ser solo para mujeres, se escapa de toda connotación que complace y esta solo para el espectador varón, quizás sacando las partes donde el audio es tan solo gemidos. Pornhub entonces se presenta como una compañía que entiende y se relaciona con su público femenino y las invita a ver los beneficios que tiene para ellas.

5.6 Pornhub presents: The End Of The Orgasm Gap, 2020

El vídeo empieza estableciendo que las mujeres luchan, hasta el día de hoy, contra la brecha salarial en el trabajo pero que para algunas mujeres heterosexuales el problema empieza mucho antes de ir a la oficina. Menciona entonces problemas en el sillón, la cama y otros lugares donde se puede tener sexo. Presentan el término “brecha de orgasmo” y dan estadísticas sobre orgasmos en el caso de parejas heterosexuales a diferencia de las parejas homosexuales (que tienen un porcentaje mucho más alto) (*imag. 18*). Cuarenta por ciento de las mujeres en relaciones heterosexuales no llegan al orgasmo, por ende cuando el varón acaba, el sexo acaba. Las imágenes que vemos cuando se resaltan los porcentajes son de una mujer enojada que luego se vuelve triste, está claramente insatisfecha. La solución que provee Pornhub es que, por un día, la plataforma interrumpirá los videos más populares entre los varones heterosexuales cuando estos estén 40% completos para que ellos puedan sentir la frustración de no terminar (*imag. 19*).

Esta publicidad es para el día del orgasmo femenino, es por esto que lo hacen. Afirman entonces que todas las mujeres alrededor del mundo exigen que los varones hagan las cosas mejor. Vemos entonces, acompañado de estas afirmaciones, imágenes de puños alzados con el símbolo de la mujer en sus manos. Esta imagen (*ver imag. 20*) remite a las luchas feministas, las luchas por los derechos de las mujeres, como por ejemplo, el fin de la brecha salarial. Lo que se intenta establecer con esto es claramente remitir a lo que se mencionó desde el principio, que las mujeres siguen luchando contra la brecha salarial, y hacer de la brecha de orgasmo parte de la lucha. La liberación sexual y la necesidad de normalizar las necesidades sexuales de las mujeres está dentro de las luchas feministas, como por ejemplo con las luchas por el aborto (decision sobre nuestro cuerpo), las pastillas anticonceptivas, y visibilizar que tenemos deseos y necesidades mas alla de lo que quiera el varón. El sexo mainstream y el porno mainstream es dentro de todo, falocentrico. El hecho de que el sexo termine una vez que el varón acabe es parte de la cultura del sexo que tenemos. Considerando que la sociedad en si es patriarcal, no es muy equivocado pensar que el sexo y la manera en las que nos relacionamos es también heteronormativa y falocentrica. Es por esto que el area

de la sexualidad, el sexo, el placer y el orgasmo son parte de la lucha feminista y es algo de lo que Pornhub se agarra y se “suma” a la lucha de las mujeres.

En lo que parecen equivocarse es en cómo se suman a esta lucha. Si bien remarcar que gran parte de las mujeres heterosexuales no llegan al orgasmo cuando tienen relaciones sexuales es importante y es un tema que debe ser parte de las discusiones en torno a las mujeres y la heteronormatividad, Pornhub lo lleva para el otro lado cuando ofrece “recompensar al varón que te dio un orgasmo”. La publicidad menciona que dará la oportunidad a las mujeres de mencionar/dar nombre a esos varones que les hicieron llegar al orgasmo y les dará un premio, para incentivar a que hagan más (*imag. 21*). Este final parece ser un poco inesperado, pero no tan descabellado considerando que es una plataforma por y para varones, dentro de una industria que está construida sobre las mujeres. Entonces, al principio la manera de encuadrar la información que dan (sobre la diferencia de orgasmos) es de cierta manera feminista, o parece ser con una perspectiva feminista. Se remarca el tema desde un principio al mencionar la brecha salarial, una lucha claramente de todas las mujeres. El encuadre entonces parece ser perfectamente para y con las mujeres, pero si vamos más profundo vemos que la frustración del espectador varón solo durara un día y tan solo si ve los videos más populares y además está en la mujer en hacerse cargo de aplaudir al varón que la haga llegar al orgasmo. ¿Por qué recae la responsabilidad en la mujer? No hace falta castigar al varón que no lo hace, pero ¿hace falta aplaudir al que lo logra? La publicidad menciona que esto es una manera de incentivar a los varones a hacer más y hacerse cargo de “negocios inconclusos” o en otras palabras el orgasmo de la mujer. Lo que parece concientización termina siendo un pedido a la mujer de remarcar a los varones que si la hicieron acabar para poder felicitarlos.

Si vamos a poner el tema del sexo falocentrico en la mesa, porque no hablamos de lo que hace falta, del placer de las mujeres, de los que les gusta, de seguir una vez temrinada la penetración (por que el sexo no es solo eso), ¿por que no concientizar sobre la heteronormatividad del acto? En un intento de luchar por algo con y para las mujeres, termina remarcando lo superficial del compromiso con la misma. Reconoce las necesidades de las mujeres y sus deseos, insatisfechos, pero muestra también el poco esfuerzo que el varón debe poner. Es la mujer, la que lucha constantemente por sus derechos, la que tiene que responsabilizarse una vez más de que el varón la haga tener un orgasmo. Si retomamos lo que

mencionamos con respecto a las otras publicidades, podemos ver algo repetitivo en la construcción de la mujer en estas publicidades: están insatisfechas.

Entonces, si bien podemos ver un intento claro de perspectiva feminista el simple hecho de recompensar a los varones por hacer lo mínimo socava ese intento. Claramente esta que la plataforma no viene ni planea educar a nadie, no está para eso. Por un lado, provee algo de información pero nadie espera aprender más allá de eso, pero por el otro mucha gente aprende a relacionarse sexo-afectivamente a través de lo que ve en el porno. Entonces, el porno....¿educa? El análisis queda corto en este caso, ya que meterse en el impacto educativo del porno es una investigación por sí sola.

Retomando lo que mencionó Kristof en su artículo en *The New York Times*, se estableció que por ejemplo, la compañía hace donaciones para causas y luchas en contra de la inequidad racial. Considerando esto, podríamos decir que esta publicidad es una manera también de luchar por la desigualdad, o de aparentar hacerlo. La mujer también tiene deseos y quiere placer pero está insatisfecha. Intentan traer a la luz este tema para poder relacionarse con su público femenino. A diferencia de la publicidad sobre la menstruación, esta manera de relacionarse falla en tanto y en cuanto posiciona a la mujer como responsable de arreglar la falla del varón. En “Fuck your period” se habla sobre masturbarse, sobre placer y orgasmos femeninos sin relacionarse con el varón, una puede hacerse cargo de su placer. Pero, en este caso, al relacionarse con un varón, donde el placer debería ser mutuo, una *debe* hacerse cargo de su placer. ¿Cómo? Aplaudiendo al varón.

6. Hallazgos

En esta sección intentaremos resumir las diferentes maneras que se utilizaron para construir la imagen de Pornhub a través de diferentes publicidades. Pudimos ver diferentes casos con diferentes encuadres, algunos tienen connotaciones positivas tanto como negativas y otros parecen ser sumamente beneficiosos para la imagen de la empresa. Para lograr esto vamos a separar estas maneras en diferentes ejes.

A continuación desarrollaremos tres ejes principales que construyen de manera positiva la imagen de la empresa. Por un lado venden el placer y el sexo como algo natural (que lo es) y el porno como una manera legítima y divertida de liberarse, por el otro: el porno está hecho no solo para los varones pero también para las mujeres y, por último, se muestran como una empresa con conciencia social (por ejemplo con la publicidad que busca juntar donaciones para limpiar el océano/mar).

6.1 El porno es placer

Este eje es fácil de ver y hasta de asumir considerando que la plataforma lo que vende después de todo es la idea de placer. La pornografía esta presentada como un medio para un fin claro que es el placer. Fue establecido desde un principio que las discusiones en torno a la pornografía parecen ser siempre al rededor de lo moral o lo amoral, lo descente y la obscenidad. El placer en sí no es amoral y es natural. Sentimos placer al comer o al hacer actividades que nos gusten. Pornhub, vende el placer del orgasmo, de liberarse, el placer que viene de la mano de la pornografía.

Tomando en cuenta las posiciones frente a la pornografía que abarcamos anteriormente, el porno puede ser consierado danino o beneficioso para la mujer. Por un lado, tenemos el hecho de que el porno puede llegar a abrir las posibilidades sexuales de las mujeres. Si dejaramos el daño generado por la industria pornográfica podríamos considerar que este beneficio es altamente positivo para las mujeres, quienes fueron posicionadas como seres sin deseos por mucho tiempo. Hoy en día hablamos cada vez más de las necesidades de las mujeres y de los deseos de las mismas, entocnes este beneficio que trae la pornografía abre puertas a infinitas posibilidades y conversaciones que debemos tener. El placer está bien, es natural y la pornografía lo facilita.

Pornhub logra esto a través de todas sus publicidades, esencialmente porque es lo que vende. Hay casos donde es más explícito que en otros, pero al fin y al cabo es parte del encuadre que se mantiene siempre. En varias se presenta un problema, ya sea una madre insatisfecha o una mujer en su periodo, y una solución: el placer que viene de la mano de la pornografía.

Pornhub es esa solución. Se presenta a sí misma como una manera fácil de solucionar diferentes problemas.

En el caso de la publicidad 5.1 donde la empresa festeja diez años, se presentan situaciones cotidianas con personas realizando dichas cotidianidades con pensamientos sexuales. Al mezclar lo cotidiano y transformarlo en sexual, la publicidad logra naturalizar el deseo sexual. Realizar actividades cotidianas es algo normal y tener pensamientos de naturaleza sexual durante el día puede suceder y es, por falta de otra palabra, natural.

6.2 El porno es para la mujer

El porno es para los varones. Lo establecimos desarrollando ideas como la del sexo falocentrico, la de la mujer pura (porque si le gusta el sexo es puta) y estableciendo al mismo tiempo que mismo la industria de la pornografía intenta, según Dworkin, construir una imagen en la cual se supone que la mujer en el porno quiere más. La pornografía nos quiere hacer creer que a la mujer le gusta. Tomando en cuenta los videos de violaciones y abusos cometidos a mujeres que son considerados porno (al estar en una plataforma de pornografía y al ser altamente consumidos), decir que la pornografía es contradictorio. ¿Cómo algo que oprime a la mujer va a ser para ella?

Vale mencionar que existe lo que denomina porno feminista, porno hecho por mujeres por y para mujeres. Esto no quita que la gran mayoría de los sitios pornográficos y que la misma industria pornográfica fue construida por y para los varones, por encima de las mujeres. Al tomar esta idea, la necesidad de incluir a las mujeres en sus publicidades y venderle el porno a las mismas es sustancial, ya que intentarán rechazar esta idea.

Pornhub se posiciona de manera contrapuesta a lo mencionado anteriormente, de que el porno no es para las mujeres. Lo logra, o intenta, con publicidades que son dirigidas solamente a ellas, cómo en el caso de la publicidad 5.5, donde es todo sobre la masturbación y la menstruación. En esa publicidad en particular podríamos decir que son exitosos en encuadrar este eje en específico. Al ser una publicidad 100% enfocada en la espectadora mujer, evitando al espectador varón, las imágenes y el mensaje llegan a ser hasta empoderadoras.

Notamos que esta idea de empoderar a la mujer es una gran herramienta para llevar a cabo la idea de que el porno es para la mujer.

Podríamos decir que lo vemos en las tres publicidades centralmente para el público femenino. En el caso de la publicidad de la menstruación, Pornhub empodera al público femenino incentivando la masturbación, que es algo tabú y que “no se hace”. En el caso del día de la madre, Pornhub establece que la madre es una mujer con deseos propios. Por último, en la publicidad que plantea terminar con la brecha del orgasmo, se intenta empoderar a la mujer ya que Pornhub le da las herramientas a las mujeres para felicitar a los varones que las hacen tener un orgasmo.

En estos dos últimos casos, vemos una constante: la mujer está insatisfecha y es en este punto donde lo de empoderador se pierde. No es en el mensaje que quiere hacer llegar donde le hace falta algo a la publicidad, es en la manera en las cuales son llevadas a cabo. A la madre se la encuadra como madre en tanto y en cuanto sus hijos sean niños que le regalan cosas hechas a mano. Una vez terminada esa etapa, vuelve a ser mujer, con sus propios deseos. En el caso de la brecha, la solución que ofrece Pornhub es contradictoria. Concientizar sobre la brecha de necesidades satisfechas en mujeres y varones es empoderador y es necesario, pero aplaudir al que hace lo mínimo para satisfacer a la mujer, no lo es. Pornhub intenta dar soluciones a ciertos problemas (como la menstruación, ser una madre insatisfecha y la brecha de orgasmos) para mostrarle al público femenino que son una empresa que tiene algo para ofrecerles porque al fin y al cabo, el porno es también para las mujeres.

6.3 Conciencia social

El último eje que notamos en las diferentes publicidades es el de mostrarse como una empresa con conciencia social. Como pudimos ver, la publicidad/campaña de 2019 es efectiva en demostrar un compromiso con la causa ecológica y al estar asociados con Ocean Polymers, la imagen de Pornhub es claramente positiva. De todas maneras con nuestro análisis intentamos mostrar que si bien la creatividad y su asociación con Ocean Polymers suponen una conciencia social por parte de la empresa, la realidad es diferente.

Vimos otros casos con publicidades centradas en Dick y Jane. Las tres que tomamos son tan solo una mera parte de lo que es la serie de aventuras de esta pareja. Pudimos ver que, son publicidades para ocasiones muy específicas que, más allá de ofrecer servicios o promociones, como por ejemplo en el caso de “Fuck your period” donde ofrecen acceso gratis al contenido premium durante el periodo, son simplemente para celebrar o concientizar.

En el caso del Día de la salud sexual (5.3.a), ofrecen información sobre el tema y además invitan al espectador a hacerse tests de ETS. En el caso de la publicidad del mes del orgullo (5.3.b) animan al espectador a mostrar sus “colores verdaderos” y festejan la diversidad sexual. De todas maneras, mencionamos anteriormente que este intento de representación termina siendo altamente superficial porque al mantener la serie con Dick y Jane, la representación termina siendo heterosexual. Con respecto a la publicidad 5.3.a, al ser una empresa que vende porno y sexo, es esperable que hagan algo para concientizar sobre la salud sexual. Facilitar en su página la información y sacar turno para tests de ETS, es muy consciente y amigable. El mensaje que intentan mostrar con esta publicidad es que cuidar la salud sexual puede ser divertido, es necesario y puede ser gratificante, ya que al final vemos a la pareja feliz de haber sacado turnos para testearse.

Por último tenemos la publicidad 5.3.c que da información sobre los cuidados en el medio de la pandemia mundial. Mencionamos anteriormente que esta se contrapone directamente con la publicidad 5.2. Desde el título, hasta lo que pide. En el análisis destacamos que al no tener una carga moral, la publicidad o campaña sirve tan solo para informar. La empresa toma su lugar en medio de muchas empresas y gobiernos que pidieron responsabilidad social en esta pandemia. En este caso, es más sobre pedir algo que es mucho más directo que limpiar los océanos, algo que ciertas personas piensan que es tedioso o que no lo hacen adrede. El contexto de pandemia le quita lo moral o amoral, más bien da un sentimiento de unidad, de cuidarse el uno al otro.

7. Conclusiones

Finalmente, con el objetivo de analizar e intentar encontrar las herramientas que utilizan las publicidades de Pornhub para construir la imagen de la empresa, tomamos nueve publicidades. Al analizarlas encontramos y propusimos tres ejes en los cuales Pornhub intenta posicionarse para lograr construir una imagen que los beneficia. Establecimos también que, la empresa tiene varias acusaciones dónde se ha dicho que tienen videos de violaciones en su plataforma (y los mantienen).

En tanto en el análisis, pudimos ver que los tres ejes pudieron ser trabajados en las publicidades analizadas de diferentes maneras. Primero, el placer está bien y es natural por ende el porno es una manera legítima y divertida de liberarse. Por ejemplo, en la publicidad festejando los diez años de la empresa podemos ver claramente esta celebración del placer y de la plataforma como proveedor de ese placer. Si bien el placer y el deseo son naturales, la publicidad busca legitimar una industria que en realidad lo que hace es objetificar a la mujer y poner a la figura masculina en una posición activa. Pudimos ver a través del análisis este contraste entre lo que muestran y lo que es al ver por ejemplo las imágenes de yoga y la imagen de los varones con el sillón.

El segundo eje que propusimos fue que Pornhub nos provee con este ideal: la pornografía está también para las mujeres. Este fue trabajado en varias oportunidades y de manera diferente: la mujer indispuesta, la madre que es mujer, la mujer feminista que lucha por sus derechos. También lo pudimos ver en el caso de los diez años de celebración de Pornhub (5.1) En este caso, al usar tres personajes en su publicidad del cual dos son mujeres que se excitan, esta idea está claramente plasmada. En la superficie la publicidad plantea que todo el mundo en el día a día tiene pensamientos de naturaleza sexual y que es natural. Por supuesto que lo es. Ahora bien, vimos también que una vez que nos adentramos a las imágenes plasmadas en la publicidad este planteo es erróneo. El porno no está hecho para las mujeres. En el caso de la madre que es mujer y en el caso de la mujer que pelea con sus derechos, prima la idea de que el problema es la mujer insatisfecha, es pasiva en tanto y en cuanto a su propio placer sexual. Necesita una solución y ese es el porno que ofrece Pornhub.

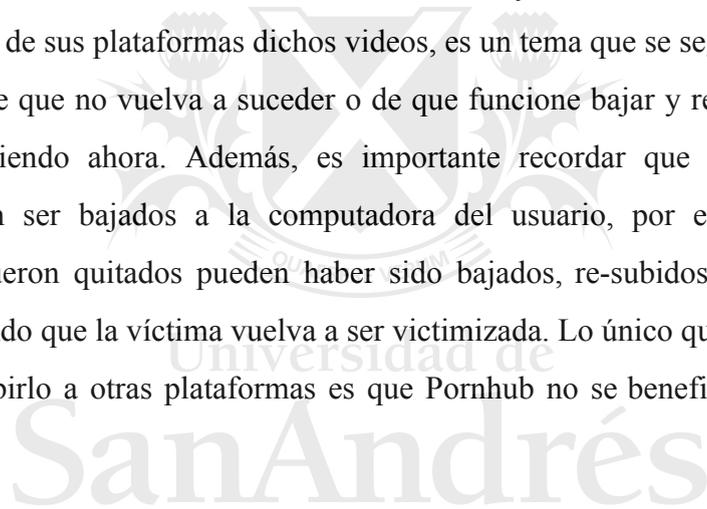
Delineamos esta diferencia entre lo que quieren mostrar y lo que realmente muestra y es la empresa, a través del análisis pudimos ver que el posicionamiento de la mujer en las publicidades sigue siendo un lugar de objeto pasivo y el varón está en una posición activa. Esta diferencia también se ve cuando plantean que tienen el repertorio más grande de videos amateur y la realidad de que varios de estos videos son de abusos, violaciones y/o torturas reales.

Si el placer y el deseo es real porque las mujeres se excitan y tienen pensamientos sexuales durante el día, pero la liberación que les ofrece Pornhub no está hecha para ellas. De todas maneras, esta oferta de liberación se ve varias veces en las publicidades, dirigidas a las mujeres. Hablar de masturbación femenina y de menstruación entabla una conversación que es específicamente para ellas y en este caso es efectiva. Resaltamos anteriormente que en este caso es efectivo el mensaje de que “el porno es para las mujeres” porque la publicidad evita al espectador masculino. En el caso de los diez años de Pornhub las imágenes mostradas son parte de las fantasías del espectador varón y no solo eso si no que están transferidos los deseos del varón a la mujer, el porno quiere hacerte creer que es la mujer que quiere que les “den así” como en el caso del sillón. La masturbación elimina la necesidad del otro y la menstruación elimina al espectador varón (en esta publicidad).

Por último, el tercer eje que vemos replicado varias veces es el de la conciencia social. El compromiso con diferentes causas se ve a través de diferentes publicidades, las cuales varias son sobre ocasiones especiales, como El Día de la salud sexual o el El mes del orgullo. Estas son efectivas, hasta cierto punto, ya que concientizan y le dan lugar a temas importantes, como el cuidado de la salud, parte de la educación sexual y la visibilización de la comunidad LGBT+. En este último caso, pareciera ser que la representación y visibilidad es muy superficial, por ende su efectividad disminuye. El mensaje que quieren enviar es importante pero cómo lo llevan a cabo termina dejando en evidencia que es tan solo una representación superficial. Es tan solo utilizado como herramienta para enaltecer la imagen de Pornhub.

También vemos la conciencia en tanto causas más ligadas a la responsabilidad social, como la ecológica y los cuidados en el medio de una pandemia. Establecimos que la publicidad pidiendo que la gente se cuide por COVID es efectiva en tanto y en cuanto no establece

moralidad. En el caso de la conciencia ecológica, la presencia de los ideales morales y lo amoral deja en evidencia la contradicción entre lo que la empresa quiere mostrar (su imagen) y lo que realmente es. Otra vez, tomemos lo que muestran en Traffickinghub donde se revelan datos de la plataforma y se establece que se avala y se beneficia de videos de violaciones reales, con esto podemos decir que su compromiso con el planeta es tan solo una herramienta para beneficiar a la imagen de la empresa. El consumidor ve esa película de la cual están hablando en la publicidad y siente que está haciendo algo bueno, Pornhub no solo les da gratificación sexual sino también una falsa sensación de compromiso con la causa ecológica. Entonces, el compromiso social de Pornhub es cuando se trata del planeta, sus límites son delineados cuando se trata de la contaminación, pero ¿qué pasa con las personas reales en esos videos de tortura y violación? ¿Dónde está ese compromiso con las mujeres y niños/as que aparecen en estos videos? Si bien al día de hoy Pornhub tomó acción sobre estas acusaciones y sacó de sus plataformas dichos videos, es un tema que se seguirá desarrollando. No hay garantía de que no vuelva a suceder o de que funcione bajar y revisar los videos tal cual lo están haciendo ahora. Además, es importante recordar que los videos en esta plataforma pueden ser bajados a la computadora del usuario, por ende, los videos de violaciones que fueron quitados pueden haber sido bajados, re-subidos y compartidos por otros lados, causando que la víctima vuelva a ser victimizada. Lo único que cambia en el caso de compartir y subirlo a otras plataformas es que Pornhub no se beneficia monetariamente con eso.



Bibliografía

Arcand, B. (1993). El Jaguar y el oso hormiguero. Antropología de la pornografía. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

Butler, J. (2007). El género en disputa. *El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.

Cole, S. (14 de diciembre de 2020). Pornhub Just Purged All Unverified Content From the Platform. Motherboard, TECH by VICE. Recuperado de:

<https://www.vice.com/en/article/jgqjy/pornhub-suspended-all-unverified-videos-content>

Dworkin, A (1986): Pornography is a Civil Rights Issue for Women. En Stan, Adele (Ed.) *Debating sexual correctness. Pornography, sexual harrasment, date rape, and the politics of sexual equality* (pp. 26-40) Delta Trade Paperbacks.

Exodus Cry [exoduscry]. (2020, junio 30). *Pornhub Exposed as #Traffickinghub* [archivo de video]. Recuperado de: <https://traffickinghub.com>

Krippendorff, K. (2004). Content Analysis: an introduction to its methodology. London: Sage Publications.

Kristoff, N. (4 de diciembre de 2020). The Children of Pornhub. The New York Times.

Recuperado de:

<https://www.nytimes.com/2020/12/04/opinion/sunday/pornhub-rape-trafficking.html>

MacKinnon, C.A (1995): Pornografía: moralidad y política. En *Hacia una teoría feminista del Estado* (pp. 349-389) València: Cátedra.

McElroy, W. (1997). A Feminist Defense of Pornography. *Free Inquiry magazine*. 17(4). Recuperado de: <https://secularhumanism.org/1997/09/a-feminist-defense-of-pornography/>

Mulvey, L. (2001). Placer visual y cine narrativo. En Wallis, Brian (Ed.) *Arte después de la modernidad*. Nuevos planteamientos en torno a la representación (pp. 364-377) Madrid: Akal

Pornhub ARIA [@pornhub] Stay home and help flatten the curve! Since COVID-19 continues to impact us all, Pornhub has decided to extend Free Pornhub Premium worldwide until April 23rd. So enjoy, stay home, and stay safe. [Tweet]. Twitter: <https://twitter.com/Pornhub/status/1242264770071465984>

Pornhub [Pornhub]. (2017, mayo 4). *Pornhub Presents Mommy's Special Glasses* [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=fwc6y7eKKgs>

Pornhub [Pornhub]. (2017, mayo 25). *Pornhub Celebrating 10 Years* [archivo de video]. Recpuerado de <https://www.youtube.com/watch?v=FJotnHLeLB8>

Pornhub [Pornhub]. (2018, enero 25) *Pornhub presents F*ck your Period* [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=W54X5Nf56nw>

Pornhub [Pornhub]. (2019, agosto 27). *Pornhub Presents: The Dirtiest Porn Ever* [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=nskUHVjyIEA>

Pornhub [Pornhub]. (2020, mayo 11). *Pornhub's Dick and Jane - Love in Times of Corona* [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=o47jDHm8WoE>

Pornhub [Pornhub]. (2020, junio 27). *Pornhub's Dick and Jane - Pride 2020* [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=OEXI5MievN4>

Pornhub [Pornhub]. (2020, septiembre 4). *Pornhub's Dick and Jane - Sexual Health Day* [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ok2bNj7kr-k>

Pornhub [Pornhub]. (2020, agosto 8). *Pornhub Presents: End The Orgasm Gap* [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=8jtzKucdaUo&t=2s>

Scheufele, D.A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20. Doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x

Anexo

Anexo 5.1

Imag. 1



Imag. 2

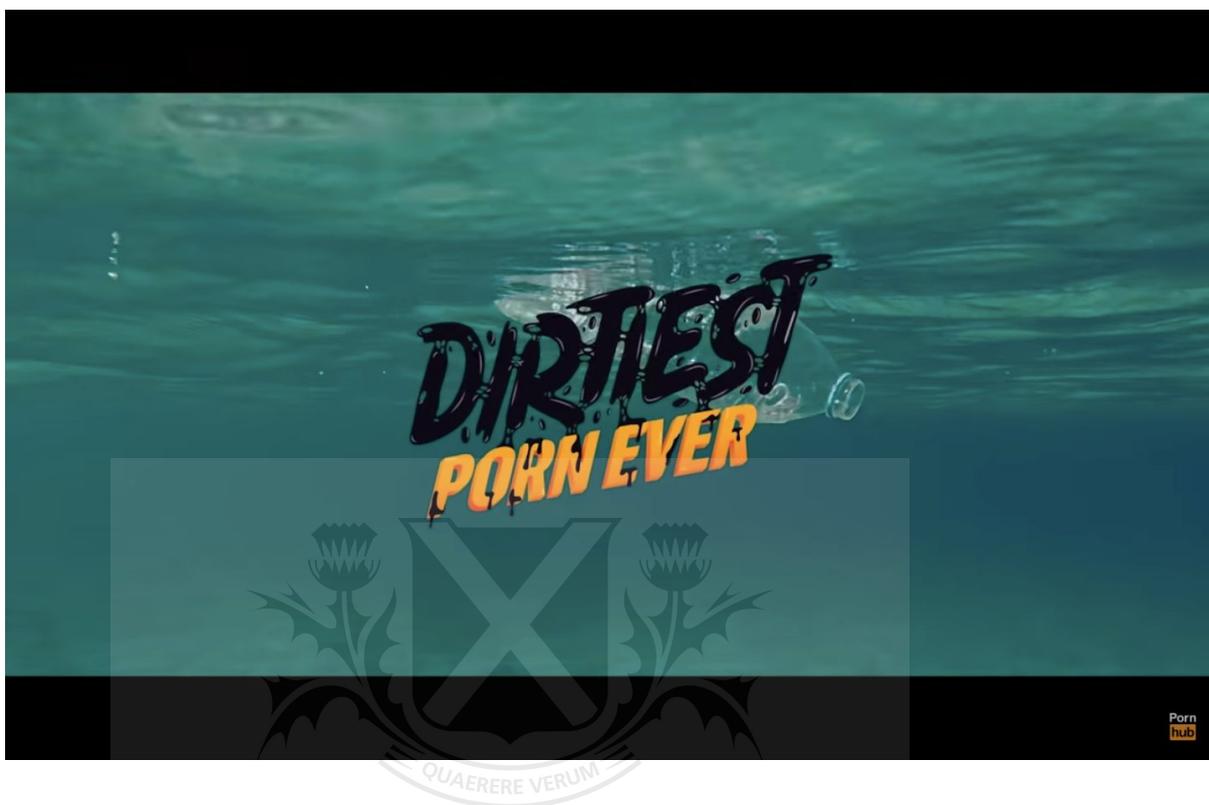
Universidad de

San Andrés



Anexo 5.2

Imag. 3



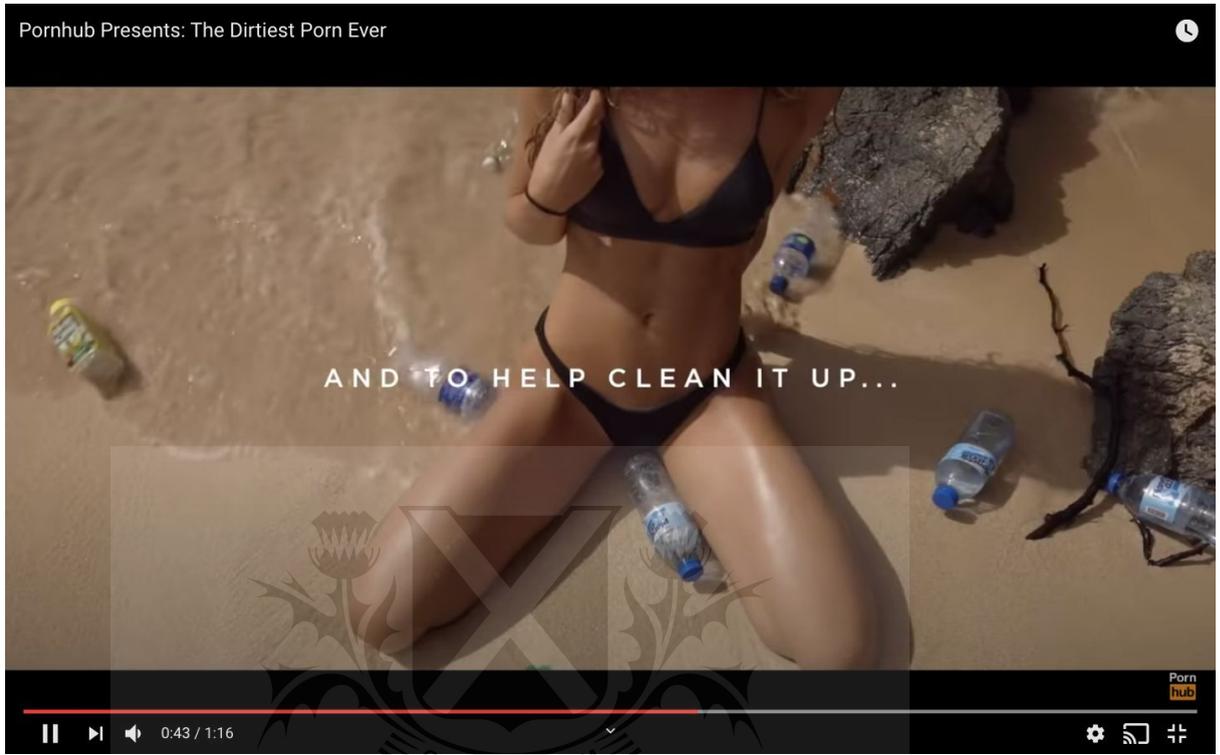
Imag. 4

Universidad de

San Andrés

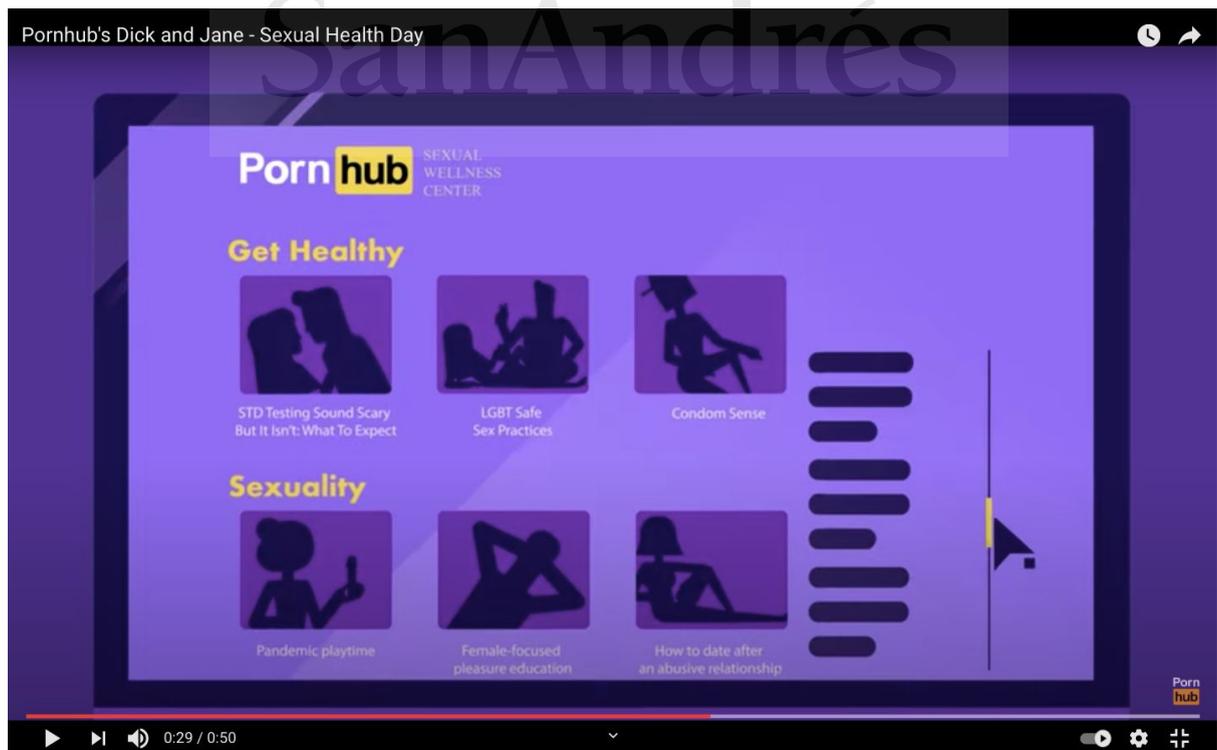


Imag. 5

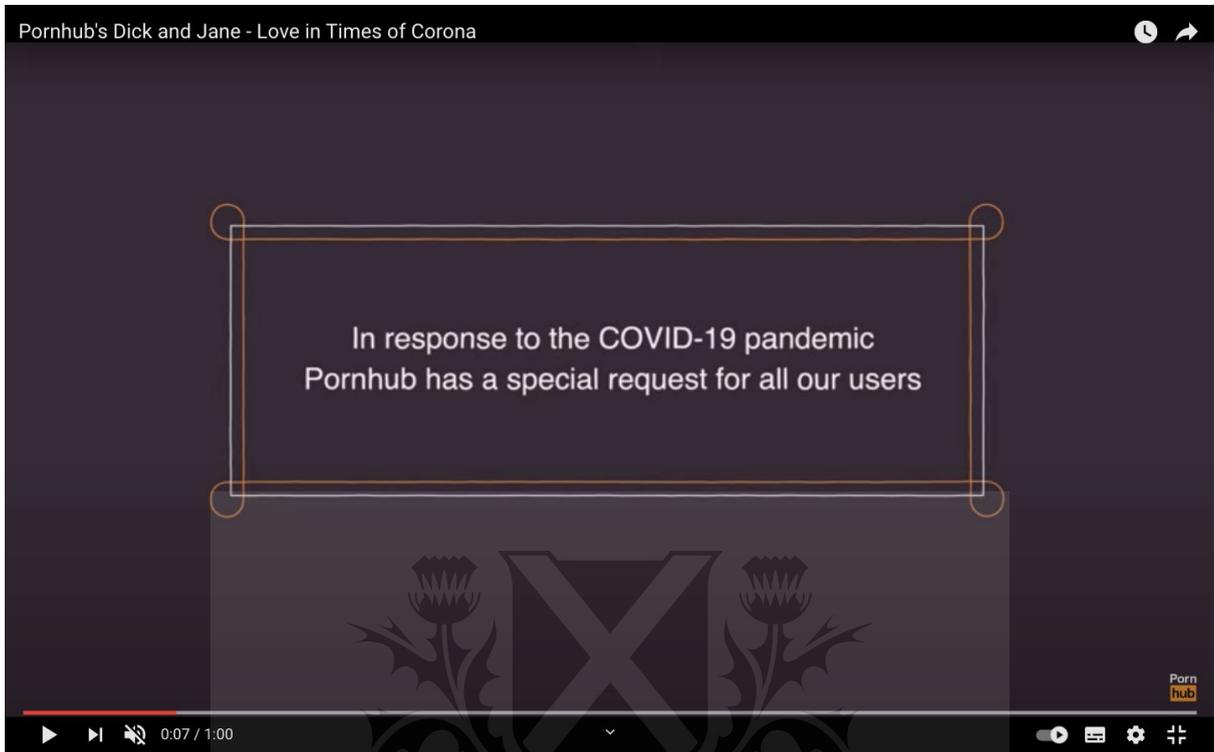


Anexo 5.3

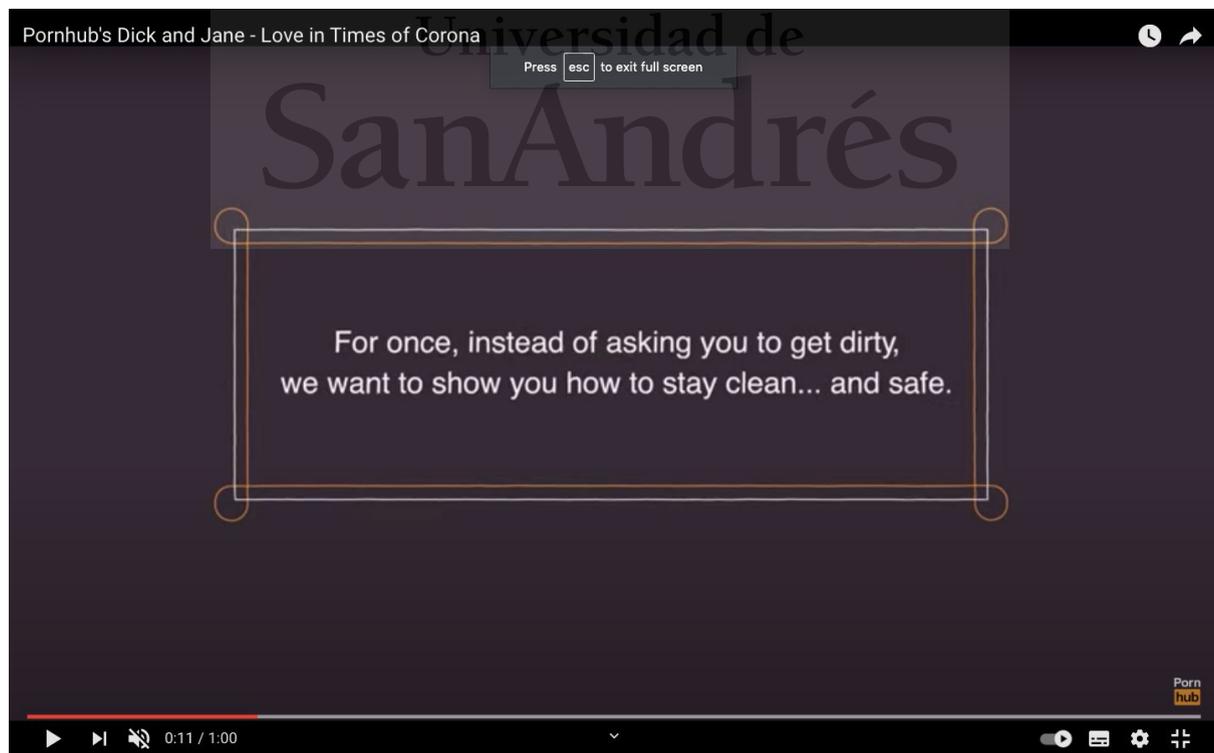
Imag. 6



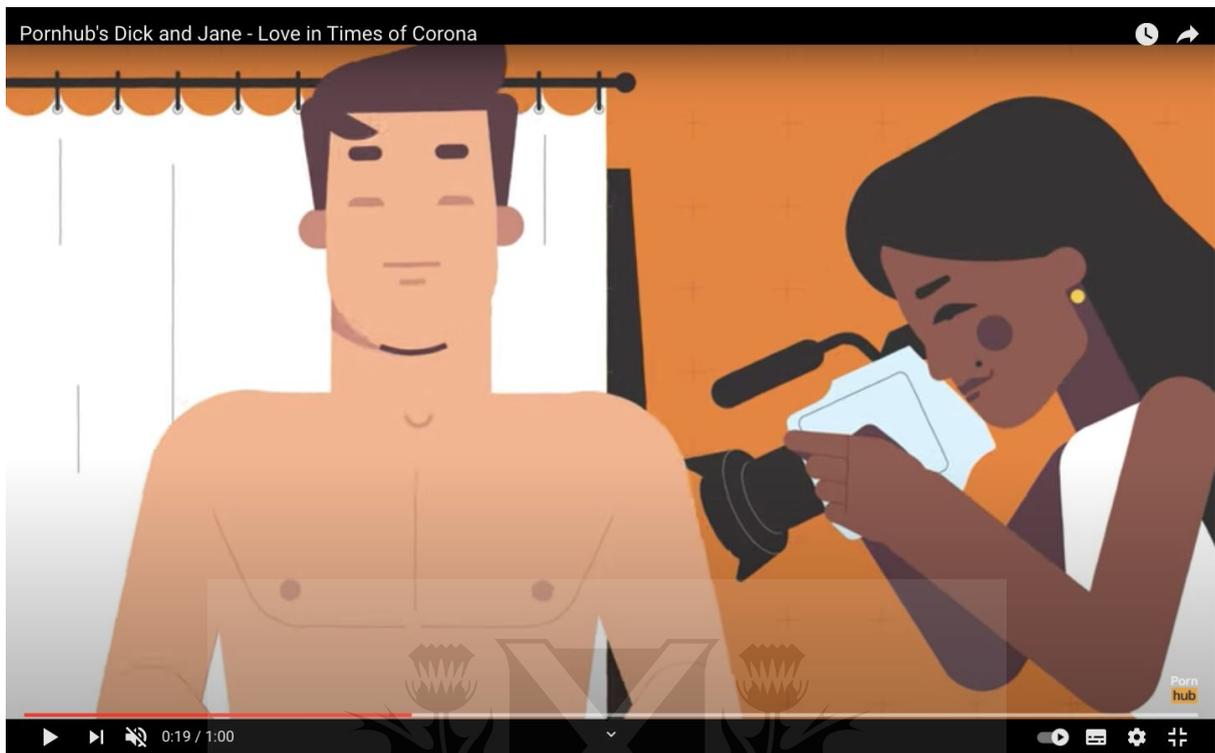
Imag. 7



Imag. 8



Imag. 9

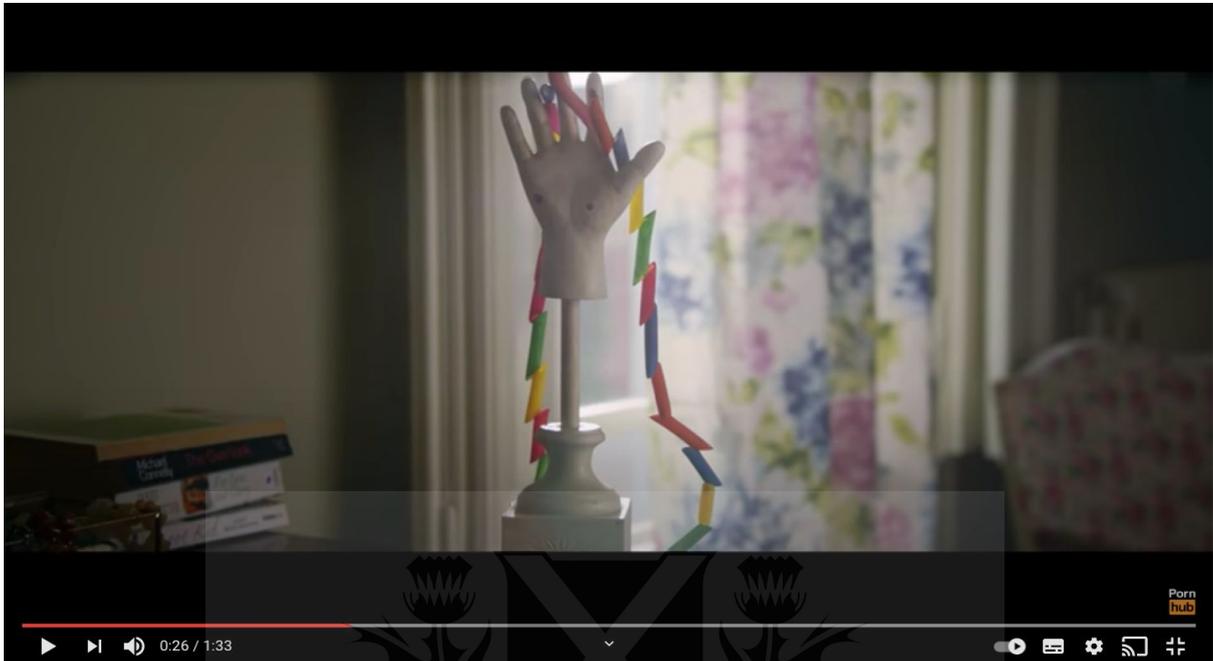


Imag. 10



Anexo 5.4

Imag. 11

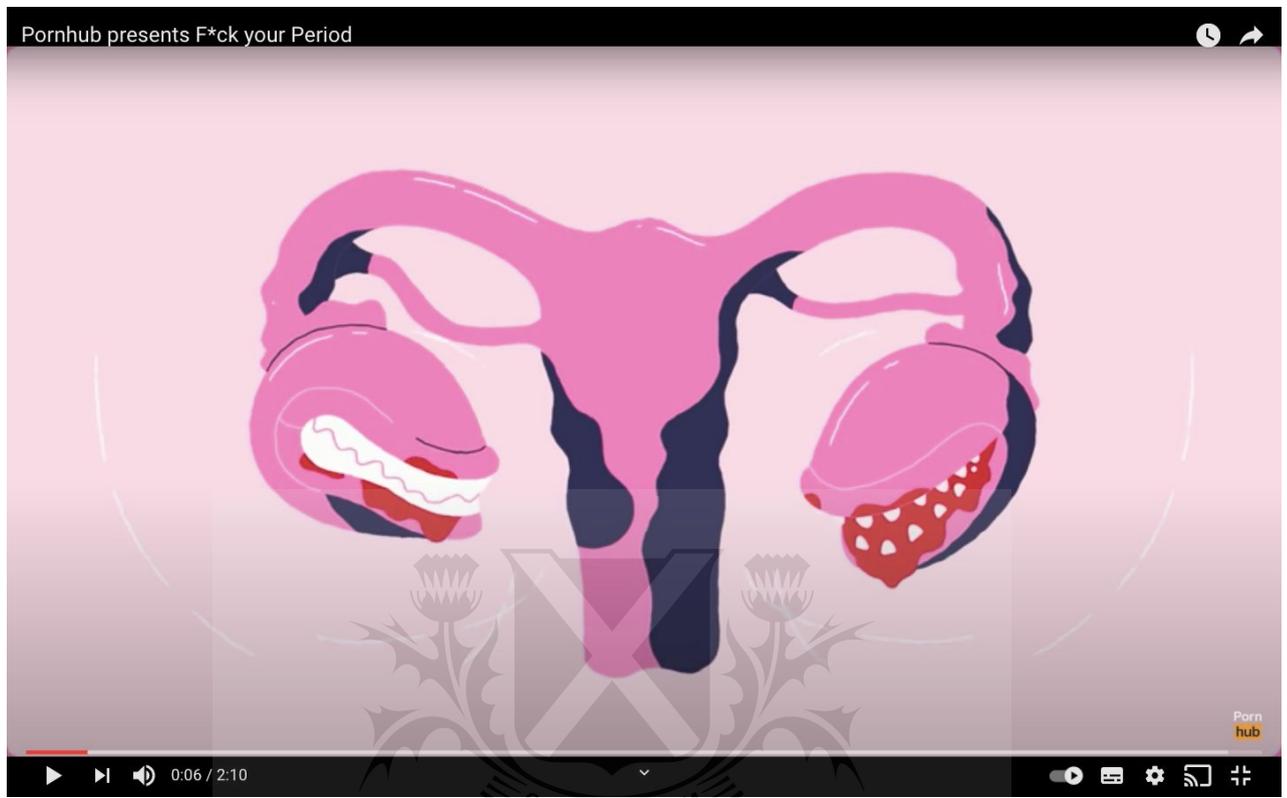


Imag. 12



Anexo 5.5

Imag. 13



Imag. 14



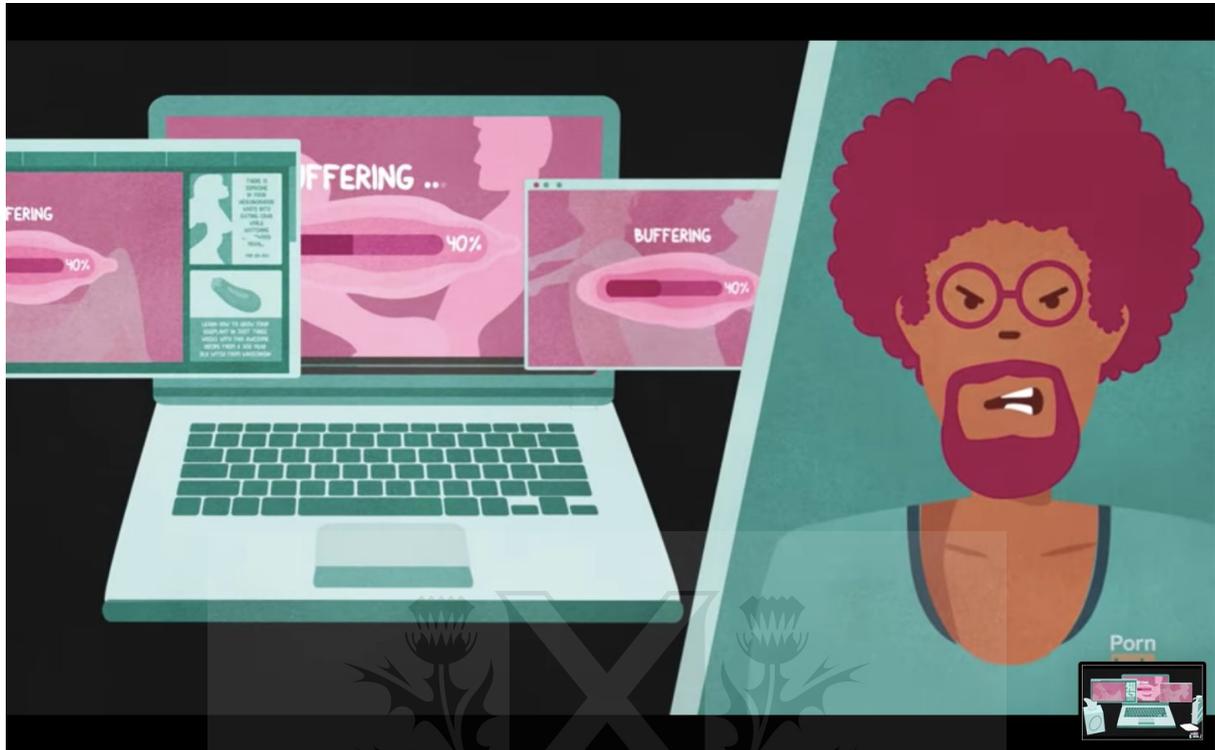
Imag. 15



Universidad de
San Andrés

Anexo 5.6

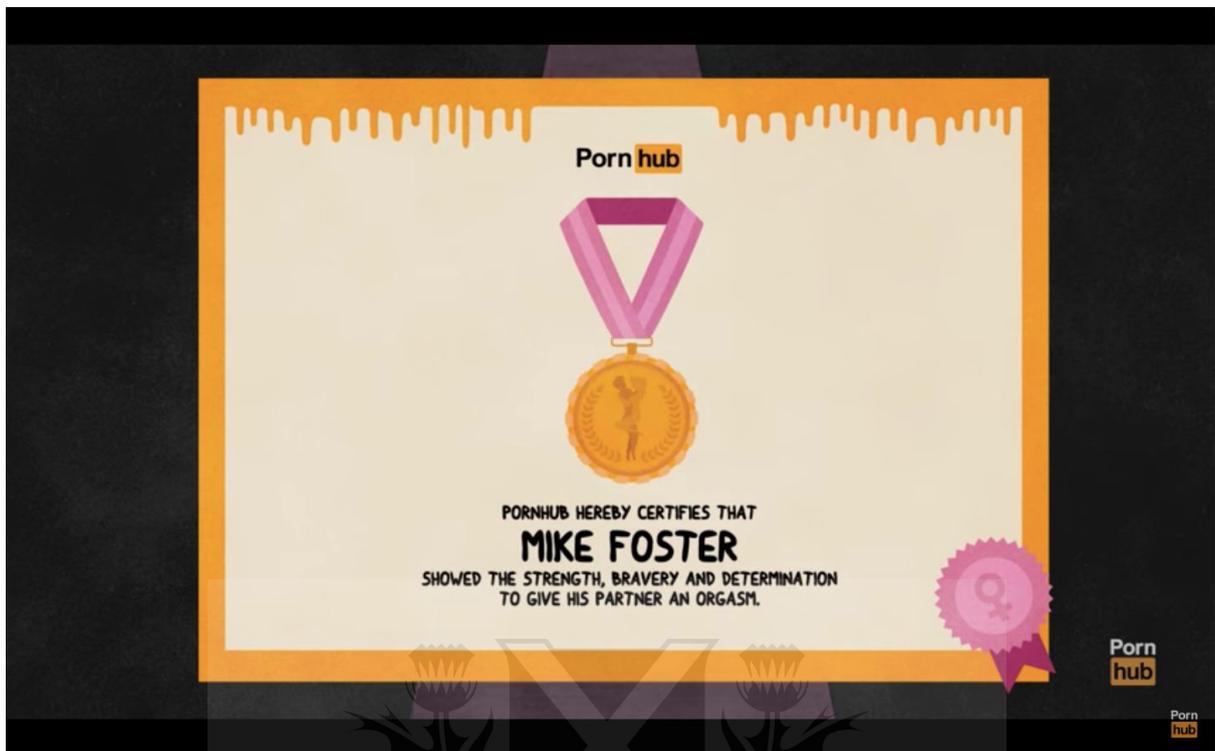
Imag. 19



Imag. 20



Imag. 21



Universidad de
San Andrés