

CIBERESPACIOS SEXUALES. EROTISMO Y RELACIONES INTERPERSONALES EN INTERNET

Ponencia presentada en el Master Universitario
Sexualidad y relaciones interpersonales en adolescentes y jóvenes
Universidad de La Laguna, enero 1998

Manuel Area Moreira

Dpto. de Didáctica e Investigación Educativa y del Comportamiento
Universidad de La Laguna (Islas Canarias-España)

<http://webpages.ull.es/users/manarea>

Tecnologías de la información, cultura de masas y sexualidad

Los medios y tecnologías de la información y comunicación representan en el actual estadio de la civilización occidental, al borde del tercer milenio, un espacio o contexto sociocultural de primer orden en el proceso de socialización de los individuos. Los medios y tecnologías son mucho más que meros soportes o canales físicos transmisores de información. Tienen importantes y poderosas implicaciones en la construcción social de la cultura, en los hábitos y relaciones interpersonales y en la configuración de la percepción de la realidad tanto en los sujetos individuales como sobre el conjunto de la población. Los estudios desde la sociología de la comunicación de masas (McQuail, 1991); desde la psicología de los medios de comunicación (Del Río, 1996); o desde la teoría de la comunicación y semiología (Gubern, 1992), entre otras disciplinas, han evidenciado sobradamente dicha tesis.

La mayor parte de los ciudadanos pertenecientes al llamado primer mundo (EEUU, Europa, Japón, ...) desde el momento de su nacimiento están en contacto permanente con distintas tecnologías o medios de información y comunicación: la televisión, el teléfono, la radio, los libros, los videojuegos, los periódicos, el cine, los ordenadores, ... A través del conjunto de estas tecnologías cada individuo recibe un ingente caudal de datos e informaciones que inevitablemente influyen y condicionan la configuración de sus creencias, valores y visiones en torno a sí mismo y a la realidad que lo circunda.

La evolución y desarrollo tecnológico de las últimas décadas no tiene precedentes con ninguna etapa histórica anterior. Las nuevas tecnologías de la comunicación (el multimedia, la telefonía móvil, la televisión digital, la videoconferencia, Internet, ...) están incorporándose de forma acelerada a la vida colectiva y cotidiana de los ciudadanos, y en consecuencia han empezado a trastocar y crear un entorno cultural totalmente revolucionario en el paisaje de las relaciones interpersonales de quienes las utilizan (Bettini y Colombo, 1995; Negroponte, 1995). Pero lo alarmante es que este proceso de

tecnificación de la experiencia y comunicación humana es que no sabemos hacia dónde nos conduce como civilización (Postman, 1994).

El actual avance tecnológico de las comunicaciones todavía no tiene término ya que progresa aceleradamente de un lustro a otro. Por ello es prematuro predecir con cierta fiabilidad sus consecuencias socioculturales a medio plazo sobre los sujetos y sobre la sociedad en su conjunto (un intento lúcido ha sido realizado por M. Castells, 1994). Lo que sí sabemos es que en poco más de cincuenta años, la población de los países más industrializados del planeta han pasado de una cultura elaborada en base a la experiencia empírica sobre la realidad (es decir, mediante experiencias contingentes con otros seres humanos o situaciones) a una cultura construida sobre experiencias artificiales (es decir, a través de experiencias provocadas por las distintas tecnologías de la información que ofrecen una "representaciones vicarias o simbólicas de la realidad).

En estos últimos años se han desarrollado numerosos estudios y trabajos que han explorado y analizado la influencia y efectos de los medios tradicionales de comunicación de masas (cine, televisión y publicidad principalmente) en la configuración de los valores y creencias en torno a la sexualidad, así como se ha analizado las formas que en que estos medios utilizan el cuerpo humano y el erotismo para atraer y mantener la atención de las audiencias con fines comerciales e ideológicos. Estos trabajos han puesto de manifiesto que los cambios en los valores, concepciones y prácticas sexuales producidos en las últimas décadas en el mundo occidental han sido posibles, entre otros factores, por el papel jugado por estos medios de comunicación de masas. De una cultura de la sexualidad dominada por las creencias y moral de origen religioso y cuyo fin central era la reproducción hemos pasado a una cultura de la sexualidad basada en el hedonismo, en la satisfacción y autorealización del individuo como meta. De una cultura en la que se prohibía y se restringía cualquier muestra pública de conducta o estímulo erótico hemos entrado en una civilización marcada por la expresión y provocación del deseo sexual como rasgo destacable del entorno cultural en el que vivimos.

En estos momentos la cultura de la sexualidad legitimada y difundida por los medios de comunicación audiovisuales -el cine, la televisión y la publicidad- es una cultura hedonista y que concibe la sexualidad más como un producto de consumo que como una forma de comunicación e interrelación humana. Dos factores han incidido en este proceso. El primero se refiere a que los medios de masas a lo largo de este siglo se han emancipando del control e influencia ideológica de los poderes y aparatos religiosos. Este proceso de emancipación ideológica de la religión, conocido también como laicismo moral, se inició tímidamente en el siglo XVIII, con la Ilustración francesa, pero no culminó hasta mediados del siglo XX. El concepto de "libertad de expresión" junto con el de "separación de iglesia-estado", desarrollados a lo largo del S.XIX, han sido dos de los ideas claves de ese proceso.

El segundo factor se refiere al proceso desarrollado en nuestro siglo de mercantilización de la cultura. Este proceso consiste en la transformación de cualquier obra cultural en un producto que se manufactura, se distribuye y se comercia como

cualquier otro. Es la producción de la obra cultural realizada desde la lógica y dinámica del mercado capitalista. El criterio clave que utilizan los medios de comunicación en la selección y difusión de la cultura no se apoya en consideraciones ideológicas, morales o estéticas (como se realizó en otros periodos históricos), sino en la rentabilidad económica de la obra difundida. En el contexto actual de la cultura de masas, los medios son una industria poderosa económicamente que generan productos culturales para que sean comprados y consumidos por el mayor número de sujetos, independientemente de la calidad cultural de dicho producto (Qualter, 1994).

Ambos factores, laicismo moral y rentabilidad económica, han propiciado que el cine y posteriormente la televisión y publicidad hayan legitimado socialmente actitudes y prácticas sexuales que sin su presencia no se hubieran difundido ni calado en muchos sectores de la población: la aceptación de la homosexualidad, el reconocimiento y respeto por la sexualidad femenina, la tolerancia de prácticas sexuales “raras” como el sexo en grupo o el travestismo, ..., hace pocos años eran actitudes socialmente defendidas por una minoría. Hoy en día segmentos importantes de la población occidental han aceptado la normalidad de una cultura sexual basada en el respeto a la diversidad. Pero simultáneamente a este cambio de actitudes culturales hacia la sexualidad, los medios de comunicación de masas también utilizan abusivamente el erotismo como espectáculo y lo venden porque es rentable económicamente. Ello ocurre, entre otras razones, porque existe una población deseosa de productos culturales que les estimulen sexualmente. En consecuencia, el entramado industrial de los medios y tecnologías de la información utiliza la sexualidad como una mercancía cultural que se pone a la venta (en los kioscos en forma de revistas, en salas cinematográficas X, en la distribución de vídeos porno, en sex-shops, en la televisión con sus diversas formas de utilización del cuerpo humano como objeto erótico para conseguir audiencias, etc., etc.). En definitiva, los medios de comunicación de masas tradicionales (a través de las películas, de los telefilms, de debates e informativos de televisión y radio, a través de campañas publicitarias, ...) han socavado los valores de la moral tradicional cristiana hegemónicos hasta hace pocos años impulsado, por el contrario, valores y prácticas sexuales de una cultura social basada en el consumo y en el placer.

UN ESTUDIO EMPÍRICO SOBRE EL EROTISMO Y LAS RELACIONES INTERPERSONALES EN EL ÁMBITO HISPANO DE INTERNET

Por qué una investigación sobre Sexualidad e Internet?

Los efectos socioculturales de los medios de masas han sido abundantemente investigados. Sin embargo, apenas existen, sobre todo en español, trabajos que hayan explorado las relaciones entre sexualidad y las nuevas tecnologías de la comunicación: ¿las nuevas tecnologías tienen efectos en la configuración de una cultura sobre la sexualidad?; en su caso ¿qué modelo o concepciones en torno al sexo y erotismo son transmitidas a través de las mismas?; ¿cómo y a través de qué formas simbólicas se representa la sexualidad en estos medios digitales?; ¿quién accede y bajo qué condiciones a

los contenidos de naturaleza erótica en las redes informáticas?; ¿qué tipo de experiencia o vivencia de la sexualidad promueven en las personas estos nuevos medios de comunicación?; los jóvenes como generación predispuesta al consumo de nuevas tecnologías ¿en qué medida serán influidos por los contenidos y servicios de naturaleza afectivo-sexual que se obtienen en las redes digitales?. Estas entre otras cuestiones todavía están sin responder.

Esta ponencia ha surgido como consecuencia del vacío de investigaciones empíricas que analizaran la utilización de estas nuevas tecnologías en el terreno de la sexualidad y el erotismo. Este estudio focaliza su atención sobre Internet en cuanto ésta es la mayor red mundial de ordenadores siendo uno de los exponentes más genuinos de las llamadas nuevas tecnologías de la información. Hoy en día, en esta red de intercomunicación entre ordenadores llamada "Internet" es posible encontrar con relativa facilidad imágenes u otras representaciones eróticas que estimulen el deseo e impulsos sexuales. También es posible contactar y establecer una relación interpersonal y afectiva con otro ser humano conectado a la red.

En las páginas que siguen presentaremos los objetivos, metodología desarrollada y resultados de un estudio exploratorio sobre la presencia del erotismo y las relaciones afectivo-sexuales en dos de las redes más utilizadas de Internet: el World Wide Web (WWW) y el Internet Relay Chat (IRC).

El análisis que hemos realizado sobre este problema en Internet lo hemos acotado a un ámbito o contexto específico de la totalidad mundial de la red: el representado por el ámbito ciberespacial hispano. De este modo restringimos la exploración de la totalidad de servicios de naturaleza erótica y sexual en la red al hecho de que estuvieran elaborados en lengua española, es decir, dirigidos a la población a la que culturalmente pertenecemos. La selección de la muestra de datos recogidos, y sobre los que se fundamentan los resultados de este estudio, fueron realizados aleatoriamente, aunque utilizando los procedimientos racionales de búsqueda de información que ofrece la propia red Internet. Por ello, no se puede afirmar que hayan sido consultados o analizados la totalidad de páginas webs y canales de chat existentes en el ámbito hispano de Internet, aunque sí una amplia muestra que de la misma existe en español.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El propósito o intencionalidad básica con el que fue desarrollado este estudio fue realizar una exploración sobre la utilización que se realiza de Internet cara a difundir contenidos de naturaleza erótica y sexual, así como el análisis del tipo de interacciones comunicativas que se producen entre los usuarios conectados. Más específicamente se pretendió:

1. Identificar y analizar las páginas webs (World Wide Web) que en español ofrecieran información explícitamente de naturaleza erótica y vinculada con la sexualidad humana.

2. Analizar la cantidad de canales y tipos de conversación afectivo-sexuales que establecen entre sí los usuarios de la IRC (Internet Relay Chat) de ámbito hispano mediante conversaciones en tiempo real realizadas a través de un ordenador.

METODOLOGÍA DE TRABAJO DESARROLLADA

El trabajo de campo

La recogida de datos se realizó durante 3 meses (desde mediados del mes de octubre de 1997 hasta mediados del mes de enero de 1998). Todas las semanas se realizaron entre una y tres conexiones a la red con una media de duración de dos horas por conexión. De este modo se establecieron 30 conexiones a Internet a lo largo de 14 semanas. En consecuencia, la recogida de datos se desarrolló a lo largo de más de 60 horas de conexión a la red Internet. El número de horas de conexión ha sido distribuida equitativamente entre el WWW y el IRC. Las conexiones a Internet se realizaron a través del servidor de la Universidad de La Laguna (www.ull.es).

El momento del día en el que se realizaron dichas exploraciones fueron bien por la tarde (aproximadamente entre las 18 y 20 horas) y la noche (aproximadamente entre las 10,30 y 12,30 horas). Este dato es importante en el caso del análisis del IRC ya que el momento u hora del día es un factor que incide tanto en el número de sujetos que están conectados al chat como en la "predisposición" para mantener conversaciones confidenciales. Las horas nocturnas suelen presentar un mayor número de usuarios en los chat que por las mañanas y existe un "clima conversacional" más íntimo y personal. Esto se debe, entre otros posibles factores, a que el lugar desde el que se realiza la conexión es el hogar y no el centro de trabajo.

La recogida de datos en el World Wide Web (WWW)

La navegación y exploración del WWW se realizó a través del software **Netscape Communicator 4.01**. La búsqueda e identificación de las páginas web de contenido erótico o que tuvieran como eje temático la sexualidad humana se realizó a través de las dos formas básicas y habituales de obtención de direcciones en la Red:

a) A través de los denominados **buscadores**. Para ello se hizo consulta regular de los buscadores *Altavista* (<http://www.altavista.magallanes.net>), *Donde?* (<http://donde.uji.es/>), *Sol* (<http://www.sol.es>) y *Ozú* (<http://www.advernet.es/ozu/>) mediante distintas palabras clave: "sexo", "erotismo", "pornografía", "cibersexo", "sexo electrónico", "sexualidad humana".

b) A través de los **links** o enlaces entre unas páginas webs y otras.

Cada vez que se obtenía una dirección de interés para este estudio se visitaba dicha página, registrándose su dirección en el *bookmark* del navegador siempre que se consideraba que la misma respondía a los objetivos y temática de la investigación. Asimismo, en aquellos webs más llamativos bien por su diseño, bien por su contenido y

oferta de servicios eróticos se efectuó su descarga en el disco duro del ordenador del investigador con la finalidad de proceder a su posterior análisis. Para ello se utilizó el programa de descarga de sedes webs denominado **Teleport Pro (1.28)**.

La recogida de datos en el Internet Relay Chat (IRC)

Para conexión al IRC se utilizó el software **mIRC 5.2** y el acceso se realizó a través de servidores conectados a la red denominada *IRC Hispano* ya que aglutina a la mayor parte de canales de conversación españoles. Para la recogida de datos en el IRC se procedió de la siguiente forma:

1. Al iniciarse cada sesión se obtenía la lista total de canales en activo. Esta lista se grabada en el disco duro para su posterior análisis. Este dato es importante porque dicha lista ofrece información sobre: el contenido o temática de cada canal, y el número de participantes conectados al mismo.

2. Una vez leída la lista de canales activos se procedía a entrar en el canal o canales que por su temática pudieran ser de interés para este estudio. De este modo, en las distintas sesiones entramos en canales con las denominaciones de *#sexo #contactos_sexuales, #amor, #el_amor_universal, #amorsexo_lujuria, #bisexuales, #gay, #lesbianas, #parejas, ...*

3. Dentro de cada canal se procuró establecer conversaciones privadas (es decir, uno a uno) con distintos usuarios. Este tipo de conversación es el formato más usual de charla. Téngase en cuenta que no se conoce ningún dato real de la persona con la que se habla, sino únicamente su nick o sobrenombre en la red.

4. Si durante el desarrollo de la conversación privada se obtenían datos que pudieran ser de interés para este estudio se grababa la misma en el disco duro del ordenador con la finalidad de analizarla posteriormente. En el anexo se pueden consultar la transcripción de algunas de estas conversaciones. Asimismo, unas veces de forma explícita, otras de forma más velada, se procuraba, a modo de entrevista, solicitar datos relativos a:

- . lugar de la conexión
- . datos del sujeto (edad, sexo, profesión)
- . tiempo dedicado a la conexión al IRC
- . tipo de canales habitualmente frecuentados
- . experiencia de conversaciones eróticas en el chat (frecuencia, con quien, porqué lo hace, ...)
- . experiencia de "cibersexo" (es decir, de excitación sexual a través del chat)
- . experiencia de contacto "real" con alguien que hubiera conocido a través del chat.

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS MÁS DESTACABLES

Erotismo y sexualidad en el World Wide Web

Lo primero que llama la atención y sorprende al adentrarse en el ciberespacio es que existe mucho erotismo y pornografía en el WWW. A continuación presentaremos algunos de los hallazgos que hemos encontrado intentando categorizar el conjunto de páginas web por el modo a aproximarse al hecho sexual: el sexo como mercancía, el sexo el sexo como interés personal, el sexo como problema, y el sexo como objeto de estudio.

¿Cuántas páginas web sobre sexo se pueden encontrar?

En la Red es relativamente fácil localizar webs de contenido explícitamente sexual cuando se tiene la intención de encontrarlo. Cualquier buscador al que se le introduzca alguna palabra clave de contenido erótico ofrece un listado de sedes web de esta naturaleza. Veamos algunos datos representativos.

A modo de ejemplo, en la segunda semana de enero de 1998, al introducir la palabra **sexo** en los buscadores el resultado fue el siguiente:

BUSCADOR	AMBITO TERRITORIAL	Nº DE WEBS ENCONTRADOS
Dónde?	España	más de 100
Altavista	Todo el mundo hispano	30.000
Sol	España	200
Gomera	Canarias	4
Olé	España	más de 100
Ozú	España	166
Lycos	España	179

De modo similar se procedió a buscar páginas webs de contenido erótico, pero esta vez en buscadores anglosajones. Para ello se introdujo la palabra **sex**. Los resultados fueron:

BUSCADOR Nº DE REFERENCIAS ENCONTRADAS

Altavista	528.168
Lycos	199.802
Infoseek	1.059.733

Como puede comprobarse el número de páginas webs de contenido sexual es elevado. El acceso a las mismas también es relativamente fácil. Cualquiera desde cualquier parte del mundo puede hacerlo. Aunque también es cierto que, como posteriormente comentaremos, existen algunos mecanismos que restringen dicho acceso.

¿Qué tipos de webs eróticos o sobre el sexo existen?

El conjunto de sedes o páginas web cuyo contenido central sea explícitamente el erotismo o la reflexión en torno a la sexualidad pudieran ser clasificadas en cuatro tipos de páginas:

a) *El sexo como mercancía. Páginas web que venden erotismo.*

Estas páginas son las más abundantes y fáciles de localizar en Internet. La inmensa mayoría de las referencias que ofrecen los buscadores pertenecen a webs de esta naturaleza. Asimismo son las páginas mejor diseñadas y más atractivas desde un punto de vista estético: tienen color, fotografías, imágenes en movimiento, permiten un alto grado de interactividad en su consulta, etc. Estas páginas se caracterizan por dos rasgos principales:

En primer lugar su *contenido es explícitamente erótico/ pornográfico* persiguiendo provocar el deseo y excitación sexual de quien las consulta. Son páginas que ofertan diferentes servicios sexuales. El segundo rasgo es que *para acceder al contenido o servicios eróticos ofrecidos es necesario pagar*. El planteamiento de estas páginas web es meramente comercial. Se paga por lo que se consume. Para ello es necesario abonarse o hacerse miembro del club que gestiona dicho web para acceder al conjunto de servicios eróticos ofertados. Sin embargo, la mayoría de estas páginas suelen mostrar gratuitamente, a modo de publicidad, parte de sus contenidos: fotos, cuentos eróticos, sketches de vídeos X, mensajes para contactos sexuales, ... Estas páginas webs son el ejemplo más evidente de que el entramado industrial del sexo utiliza las nuevas tecnologías como medio de difusión de sus productos, de forma similar a como se realiza con las revistas, vídeos o teléfono de naturaleza erótica.

Qué tipo de servicios sexuales se pueden encontrar en estos webs?. Pues prácticamente cualquier servicio y variante sexual que uno pueda imaginarse:

todo tipo de fotografía pornográfica en sus diversas especialidades: hombres solos, mujeres solas, parejas, orgías, gays y lesbianas, mujeres adolescentes/maduras/exóticas, sadomasoquismo, zoofilia, felaciones, sexo anal, pornografía de principios de siglo, exhibicionistas, celebridades desnudas, etc. Las fotografías es el tipo de representación sexual más abundante en estos webs.

transmisión de vídeos eróticos para su recepción en el disco duro del ordenador del cliente y luego éste visionarlo cuando desee.

direcciones y teléfonos de contacto bien con clubs, pubs, salas de espectáculo de contenido erótico, bien con personas individuales que se anuncian (en unos casos, son publicidad de servicios de prostitución; en otros son ofertas no profesionales que buscan el contacto para el disfrute y goce sexual). Por ejemplo el web "sexo on line" (<http://www.realityfilms.com/realityfilms/visita/lugares/sexoESP.htm>) o

la página "Contactos España on Net" (http://www.alfaweb.net/contactos_spain/)

videoconferencia erótica que consiste en la conexión en directo con otra persona para mantener con ésta una relación vis a vis mediante el ordenador. Esta conexión permite ver, oír y hablar en tiempo real con la persona con la que uno está conectado. Suelen anunciarse como servicios de "sexo en vivo" en el que el cliente paga según el tiempo que esté conectado. A través del teclado o de un micrófono el cliente "da órdenes" a la persona que presta sus servicios sexuales para que muestre su cuerpo y/o le hable. Es una especie de teléfono erótico, pero no sólo con sonido, sino también con imagen real. En España puede consultarse en estos momentos el web "Bagdad Internet" (<http://www.bagdad.com>); o "Strip en directo" (<http://www.stripdirecto.com>)

revistas eróticas electrónicas como pueden ser "Defisex" (<http://www.defisex.com/accueil/espagnol/accueil.htm>) y "SexOlé" (<http://195.77.68.3/publico/opciones.htm>) realizadas en España similares a como puede ser la web de Playboy (<http://www.playboy.com>) o Penthouse (<http://www.penthousemag.com>).

otros servicios como son los relatos eróticos, los chats, venta de lencería erótica

los links o enlaces a otras páginas webs que ofertan más contenidos y servicios sexuales.

Entre los diversos webs que ofertan este conjunto de servicios eróticos pueden consultarse en español "Cibererótica" (<http://www.cybererotica.com/indexs.html>); "Por qué no. Red caliente del mundo latino" (<http://www.porqueno.com/>); "El descanso del guerrero" (<http://www.jopinet.com/sex.htm>); "HideSex" (<http://www.hidesex.com>); "XSensations" (<http://www.xsensations.com/>); "Supersexo" (<http://www.supersexo.com/index2.htm>) entre otros muchos.

Asimismo hemos de indicar que la mayor parte de la oferta de servicios eróticos de estos webs va dirigida principalmente a varones heterosexuales, aunque como hemos señalado existe una variedad enorme de contenidos y otras orientaciones sexuales que pueden ser localizados con cierta facilidad en la red.

El último dato que queremos resaltar es que el acceso a estas páginas está abierto a cualquier usuario de la red, aunque se existen algunos mecanismos que dificultan o restringen el acceso a dichas páginas:

La primera de ellas es que en la página inicial de la sede web, siempre se indica que dicho web es para adultos y que su contenido es erótico. El usuario debe optar entre afirmar que posee más de 18 años o menos. En caso de que "pinche" que es menor de 18 años se le niega el acceso al contenido de dicho web. Es un mecanismo de control ineficaz en cuanto que cualquier sujeto puede mentir respecto a su edad.

La otra forma de restricción consiste en activar en el ordenador un software especial de control de los contenidos (p.e. **Cyber Patrol, Surfwatch, Net Nanny**) en los que al incorporar determinadas palabras clave - como por ejemplo "sexo" o "erótico" - el programa impide conectar con páginas web que contengan dichas palabras. Es una forma de control por parte de los adultos para impedir a menores de edad el acceso a estos webs.

Finalmente, un último tipo de restricción está motivada por factores económicos. Algunos webs obligan a tener que inscribirse en un club de miembros. Para ello es necesario dar datos personales (nombre, dirección, e-mail) y el número de una tarjeta de crédito para cargar los costes económicos del uso de dicha página. Uno de los procedimientos más utilizados por distintos servidores web es el *Adult Check* (<http://secure.adultcheck.com/cgi-bin/spapply.shtml?2868>).

b) El sexo como centro de interés. Webs de Páginas Personales

Este otro tipo de páginas de naturaleza erótica son webs elaborados por usuarios de la red sin fines comerciales. Son las conocidas como "páginas personales" en las que cualquier sujeto conectado a la red crea su propio web en la que incluye todo tipo de contenidos sobre su persona: biografía, preferencias, aficiones, otros enlaces que son de interés para ese usuario, etc.

Por esta razón, también existen páginas personales web cuyo contenido central es el sexo. Las mismas son variopintas y diversas tanto en su diseño o formato como en el contenido que ofertan. En líneas generales su estética formal es pobre y menos atractiva que las páginas comerciales. El contenido suelen ser fotografías pornográficas recopiladas por el autor de la página sobre cualquier variante sexual; textos o mensajes para establecer contacto directo con otros sujetos; enlaces con otros webs de contenido erótico; ... Todo ello ofertado gratuitamente. Véase a modo de ejemplo las siguientes páginas http://www.maptel.es/pagpersonal/jori/SEX_LINK.HTM;
<http://www.cyberweb.es/~nacholan/>;

c) El sexo como problema. Páginas web de grupos, colectivos y asociaciones

Son páginas, también gratuitas, en las que un determinado colectivo o grupo humano expone sus ideas, valoraciones y conocimientos en torno al sexo o sexualidad como eje temático. No son muy abundantes en español. A modo de ejemplo sirvan estas dos páginas webs localizadas en el contexto español:

- *El club de la castidad* (<http://www.iponet.es/rilke/>) que como su nombre indica es un web elaborado por este grupo cuya finalidad es ofrecer "información sexual" cara a promover la castidad en los jóvenes.

- *Sexólicos anónimos* (<http://www.sa.org/c000espanol/>) que es un colectivo de adictos al sexo que proponen una terapia de "desintoxicación sexual" similar al programa reeducativo de alcohólicos anónimos.

d) El sexo como objeto de estudio. Páginas web de centros de investigación y atención a la sexualidad humana

Son sedes webs pertenecientes a instituciones académicas como universidades, a centros de salud oficiales como hospitales o bien a organizaciones privadas de investigación sobre la sexualidad. Estos webs son fundamentalmente de naturaleza informativa. Es decir contienen muchos datos e informaciones, avaladas por informes y estudios científicos, sobre los distintos aspectos de la sexualidad: comportamientos, estadísticas, enfermedades de transmisión sexual, programas educativos, centros de atención, investigaciones, etc.

Son páginas similares a las de otras instituciones académicas y/o oficiales tanto en su diseño formal como en las posibilidades de interactividad con las mismas. En el contexto español no hemos localizado muchos webs de esta naturaleza. Entre ellos destacaríamos el Instituto de Sexología de Málaga (<http://www.vnet.es/insex/>); y sobre todo por su amplitud informativa el web del Institut de Sexología de Barcelona (<http://friendnet.friendnet.es/insexbcn>).

Sin embargo, las páginas web más numerosas para el estudio de la sexualidad humana se encuentran en inglés. Pueden consultarse entre otras los webs de la American Association for Marriage and Family Therapy (<http://www.aamft.org/contents.htm>); American Board of Sexology (<http://www.indiana.edu/~kinsey/ABS/newhome.html>); Foundation for the Scientific Study of Sexuality (<http://members.aol.com/ffssex/>); Intersex Society of North America (<http://www.isna.org/>); Sexology Net Line (<http://www.netaccess.on.ca/~sexorg/>); Sexuality Information and Education Council of the U.S. (<http://www.siecus.org/>); Society for Human Sexuality at Berkeley (<http://www.byz.org/~midnight/shsucb.html>); The Kinsey Institute (<http://www.indiana.edu/~kinsey/>); World Association for Sexology (<http://www.tc.umn.edu/nlhome/m201/cole001/was/wasindex.htm>).

Resultados de la exploración en el Internet Relay Chat (IRC). Una aproximación a las relaciones interpersonales en la Red

El IRC es la red para la conversación en tiempo real a través de ordenadores. Es una especie de ciberespacio donde personas de distintas partes del mundo pueden encontrarse para conversar, charlar o "chatear". Estas charlas no son con voz, sino a través del teclado de la computadora por lo que la conversación es escrita. Cuando se accede a

esta red, lo primero que se debe realizar es dirigirse a un canal o habitación de conversación. Cualquier usuario puede crear uno. Para ello los canales se identifican con un nombre que expresan la temática de la charla.

El número de canales de conversación: temáticas y participantes

En la red IRC-Hispano el número total de chats, habitaciones o canales a los que se puede acceder en español supera el medio millar (los datos recogidos en estos tres meses indican que el número de canales activos oscila entre 500 y poco más de 700, dependiendo de la hora y del día de conexión).

A continuación vamos a presentar algunos datos ilustrativos. Están extraídos del análisis de la lista de canales obtenida el 12 de diciembre de 1997. Hemos tomado esta lista al azar. El número total de canales abiertos en la noche de esa jornada eran 569. De ese total, hemos clasificado los canales según temática. Los resultados son los siguientes:

Canales clasificados por su temática de conversación

Temática del canal	Nº de canales
Canales denominados con el nombre de una zona geográfica (ciudad, región, país)	91
Canales con denominación erótica/amorosa	69
Canales con referencias a cultura informática	47
Canales dedicados a juegos, aficiones, deportes	45
Canales definidos por grupos de edades	23
Resto de canales	294

Canales clasificados por número de participantes en el mismo

Menos de 10 participantes	492
Entre 11 y 20 participantes	50
Entre 21 y 30 participantes	15
Más de 31 participantes	12

Lista de canales en las que más usuarios participan

Nombre del canal	Nº de participantes
#15añeros	69
#sexo	65
#mas_de_30	60
#madrid	48
#canarias	47
#fotos_XXX	43
#cinéfilos	41
#mallorca	38
#12_13_14_15años	37
#mas_de_40	37
#trivial	36
#amorsexo_lujuria	36

A la luz de estos datos podemos afirmar que:

a. En la red hispana de los chat existe un importante y significativo número de canales de conversación cuya temática gira explícitamente en torno al sexo y el erotismo. El número de canales con esta denominación ocupa el segundo lugar de la tabla.

b. La inmensa mayoría de los canales abiertos son utilizados por pequeños grupos. Los datos indican que casi 400 canales de un total de 569 están formados por grupos de menos de 10 usuarios.

c. En la lista de los chats o canales más concurridos, es decir, que concentran la atención y participación de más cibernautas, un cuarto de los mismos son de explícito contenido sexual (en concreto los canales denominados “sexo”; “fotos XXX”, y “amor sexo y lujuria”. También llama la atención que cuatro de los canales más utilizados se refieran a grupos de edad: “15añeros”, “mas de 30”, “12 13 14 15 años”, y “mas de 40”, lo que seguramente indica que se persigue establecer una relación interpersonal con aquellos sujetos más próximos generacionalmente.

Una aproximación cualitativa a las conversaciones en el IRC

El IRC o red de chats es un punto de encuentro para conversar en tiempo real a través del teclado y pantalla del ordenador. Las dos formas de conversación básicas son similares a la de la realidad: la conversación colectiva, grupal en el canal; y la conversación privada entre dos usuarios.

Como puede inferirse de los datos precedentes, y así fue constatado en la experiencia de campo, gran parte de las charlas e intercambio de mensajes son de naturaleza afectivo-sexual. Por una parte, como se ha señalado, existen canales específicamente creados con esa finalidad. Es decir, quien entra en ellos es porque sabe que podrá hablar con otros sujetos que persiguen conversar sobre cuestiones amorosas, sobre el placer sexual, sobre el intercambio de fotos eróticas, sobre la posibilidad de establecer un contacto físico real. Pero incluso, en aquellos canales cuya denominación no es explícitamente sexual, este tema suele estar presente y es motivo de conversación, sobre todo en las charlas privadas, vis a vis.

En las conversaciones en grupo la mayor parte del contenido de las conversaciones son triviales e insustanciales. Apenas existe en las mismas un hilo conductor. Cada usuario envía mensajes cuya finalidad principal es divertirse, pasar el rato. Por esta razón, el análisis de las conversaciones públicas de los canales ofrece poco interés. Sin embargo, la riqueza comunicativa de las conversaciones privadas es muy alta. En líneas generales, el acceso a la conversación grupal en un canal es un paso necesario para conectar privadamente con otro usuario.

Las conversaciones privadas siempre que los dos usuarios así lo quieran suelen derivar hacia el plano de los afectos y sentimientos. Con relativa facilidad se establece un ténue, pero real lazo afectivo y de confidencialidad con el usuario con el que se conversa. Con relativa espontaneidad surge, en muchas ocasiones, un grado de confianza inhabitual en la realidad ya que se cuentan a un sujeto desconocido cuestiones relativas a la intimidad personal.

Esto se explica por el anonimato que preside este tipo de conversaciones. Nadie conoce a nadie. Nuestro referente es un apodo o *nick*. El *nick* es un sobrenombre que cada usuario se pone a sí mismo para identificarse en la red a modo de heterónimo. La mayor parte de estos nicks responden bien a personajes de evocación literaria o de ficción (Ulises, Quijote, Casanova, Asterix, Matahari...); a animales (tigresa, toro, león, ...); a elementos de la naturaleza (luna, brisa, sol, marisma, ...); a referentes informáticos (byte, msdos, ram, ...); a referentes eróticos (caliente; superX; empinado; pornowoman,...), etc. etc. Los nicks son variables, es decir, solo sirven para una sesión pudiéndose cambiar en cada una de las conexiones e incluso durante la misma. Dicho de otro modo, en el ciberespacio no existimos como sujetos físicos, sino como personajes que nos representan a través de un sobrenombre o apodo. Por tanto quien habla no es uno mismo, sino el personaje que se ha

inventado. Este anonimato junto con el misterio y ocultamiento del yo real estimulan al usuario a crear una personalidad abierta, seductora y seducible.

El anonimato junto con el misterio del encuentro con un desconocido facilitan la creación de un clima íntimo, confidencial predispuesto para la aventura amorosa en el ciberespacio. El sexo es un tema de conversación habitual entre los usuarios del chat. Este dato inicial era corroborado en una entrevista mantenida con una chateadora experimentada con el nick de *Venus* el 11 de noviembre de 1997¹.

<Venus> pero antes hay algo	<Venus> yo no
<Merlin> cuenta...	<Venus> pero era entrar en un canal
<Venus> sabes a lo que se dedica la mayoría aquí en el chat?	<Venus> y tener proposiciones de todo tipo
<Merlin> ¿a que?	<Merlin> ¿tu crees que los hombre y mujeres buscan cosas distintas en el chat?
<Venus> al sexo	<Venus> si
<Merlin> OK	<Venus> creo que si
<Venus> no lo sabias?	<Venus> de todas formas
<Merlin> ¿y tu?	<Merlin> ¿que buscan las mujeres?
	<Venus> esto es como la vida real
	<Venus> la mayoría conversación

Sin embargo, según uno de los casos entrevistados en el IRC no sólo existe el sexo como tema de conversación, sino que también existe el cibersexo como experiencia real. Según la entrevista mantenida el 12 de noviembre 97, un usuario varón al que le he asignado el nick de *Obelix* confesaba que en el chat es posible que dos personas se autoestimulen mediante una conversación erótica vis a vis y en algunos casos lleguen al placer sexual mediante la masturbación. Véase este fragmento de la entrevista en la que relata su propia experiencia:

<Merlin> ¿has tenido alguna experiencia cybererótica en el chat?	<Obelix> supongo que no importa
<Obelix> sip	<Merlin> No
<Merlin> Puedes contarmela?	<Obelix> buenop
<Obelix> uuffffffff	<Obelix> el caso
<Obelix> sip	<Obelix> es que conoci a una chica
<Merlin>	<Obelix> por lo menos eso creo
<Obelix> no me acuerdo del canal	<Obelix> ya que por aquí
<Obelix> pero	<Obelix> nunca se sebe
	<Obelix> sabe

¹ Todas las conversaciones aquí escritas son reales. Únicamente hemos modificado el nick de la persona entrevistada en el IRC. *Merlin* es el nick asignado al investigador.

<Merlin> Ok
<Obelix> se empieza con las preguntas típicas
<Obelix> como eres
<Obelix> de donde
<Obelix> y que debes de ser muy guapa
<Merlin> ¿y cómo se acaba?
<Obelix> etc,etc,etc
<Obelix> bueno yo masturbandome y segun ella tambien

En otra entrevista desarrollada con *Carla* (una supuesta mujer) el 18 de diciembre de 1997 confirmaba este fenómeno. Reproduzco el texto en la que le pregunto si es capaz de excitarse con la mera conversación y utilización de esta tecnología informática:

<Merlin> ¿quieres masturbarte?
<Carla> sí
.....
<Merlin> ¿puedes correrte de verdad aquí, en el chat con una conversación???
<Carla> sí

Por otra parte, la conversación explícitamente erótica puede ser un divertimento, un juego. Un ejemplo fue la conversación mantenida con un grupo de chicas autodenominado *girls* que claramente pretendían divertirse estimulando con su charla a un varón:

<girls> somos 4 chicas de 19 y 20 años
<Merlin> ¿4 chicas? ¿quereis destrozarme?
<girls> ... y tu?
<Merlin> Soy un varon de treintaytantos
<girls> nos molan las orgias
.....
<girls> ojala estuvieses aqui...
<Merlin> Y vosotras aqui...
<girls> sería la ostia
<Merlin> Me llamo roberto. ¿y vuestros nombres?
<girls> nos llamamos: Erika la cachonda,
Carmen la megacoño, Pilar la potorro andante,
y Juana la chupadora nata
Estan conversación se desarrolló la tarde del 6 de noviembre 97.

El IRC también es un espacio para establecer contacto con otras personas con fines afectivo/sexuales, es decir, se pretende establecer una relación interpersonal, *ligar*. Lo que se busca es conocer a alguien para citarse y encontrarse en la realidad. En una entrevista mantenida con "DonJuan" éste narra una experiencia que tuvo con una chica que primero conoció en Internet y después tuvo una cita real con ella.

<DonJuan> resulta que la conocí, y quedamos
<Merlin> ¿y qué tal funcionó?
<DonJuan> la verdad es que no me gustó, era super simpática
<DonJuan> me quedé a dormir en su casa el viernes y es sábado
<Merlin> Entonces qué pasó para que no te gustara
<DonJuan> y ..la verdad es que NUNCA pensé que iba a ocurrir lo que ocurrió...
<Merlin> Y qué ocurrió??????
<Merlin> tengo curiosidad
<DonJuan> ella fisicamente no me gustaba, y cuando le dije que no podía ahora mentener algo serio.....se hecho a lloras, no te lo creas si no quieres, pero fue cierto....le rompí el corazón, y eso que yo no say gran cosa
<Merlin> Siento que haya pasado eso
<Merlin> ¿te gustó en el chat?
<DonJuan> sí, super maja....pero muy profunda
<Merlin> En fin chico ¿que le vamos a hacer!
<Merlin> ¿has ligado mucho en el chat??

<DonJuan> bastante...estoy harto ya, hazme caso....no vale para nada

.....

<DonJuan> la verdad es que es bien fácil, lo que hay que hacer es no precipitarse....y eso si....estar mucho tiempo conectado

Conversación desarrollada el 8 de noviembre 97

Una mujer, *Paloma*, también relata su experiencia de encuentro real con otro usuario que conoció en el chat que al igual que el caso anterior resultó frustrante. Conversación desarrollada el 16 de noviembre:

<Merlin> ¿has conocido a alguien interesante a través del chat?

<Paloma> Sí, sí, sí

<Merlin> ¿sí? ¿pero conocerlo en persona?

<Paloma> Sí

<Merlin> Alucino

<Merlin> Cuéntame.....

<Paloma> Fue un desastre

<Merlin> !No me digas! !Lo siento!

<Merlin>

<Paloma> Era un chico de MADRID que luego me llamaba a todas horas

<Paloma> Un pesado, vaya

<Merlin> Lo siento

<Paloma> y, bueno, se rompió el encanto

.....

<Merlin> ¿no te gustó tan pronto le viste la cara?

<Paloma> No, no sólo eso. Aunque tenía cara de... cara rara

<Merlin> :-))

<Paloma> En realidad estuve con él cuatro horas seguidas

<Merlin> Y no os entendisteis

<Paloma> Y, hablando, me di cuenta de que no era quien yo creía que era

<Paloma> Además buscábamos cosas diferentes

<Merlin> ¿por qué? ¿qué buscabais?

<Paloma> Yo a un amigo y él alguien para no estar sólo. Eso es muy egoísta

Pero el IRC también es un espacio de encuentro, un lugar en el que se forman pandillas, grupos más o menos estables de usuarios que regularmente conversan en el mismo canal. Es habitual que ciertos nicks estén conectados en el mismo chat de forma diaria. Tuve ocasión de mantener más de una conversación con cibernautas que frecuentan y conviven con otros usuarios en el IRC. Reproduzco un fragmento de la entrevista con *Venus*

<Merlin> ¿y que hace una chica como tú en un chat como este?

<Venus> tengo aquí buenos amigos

<Merlin> O sea: eres asidua al chat

<Venus> si, desde hace unos meses

<Merlin> eres una chatera con experiencia

.....

<Merlin> ¿Por que te gusta "chatear"?

<Venus> puedo hablar con gente cuando estoy sola y aburrida

<Merlin> ¿tienes amigos en el chat?

<Venus> ahora no estoy aburrida, ahora vengo a ver a mis amigos

<Venus> si

.....

<Venus> conoí a un chico

<Venus> con el cual había mantenido una relación muy particular

<Merlin> "particular" ¿que significa?

<Venus> estaba pasando un mal momento

<Venus> él, quiero decir

<Merlin> sigue...	<Venus> habia una relación casi de pareja
<Venus> y me pidió sin palabras que le ayudara	<Venus> era curioso
<Venus> al poco tiempo, me di cuenta	<Merlin> ¿te gustaba?
<Merlin>	<Venus> sentía hasta celos de que otros hablaran conmigo
<Venus> de que empezaba a depender de mí demasiado	<Venus> yo no le conocia
<Merlin> en el chat o en la realidad?	<Venus> pero le tome cariño
<Venus> en el chat	

En conclusión, en el IRC tienen lugar fenómenos de relación interpersonal y de interacción sexual similares a los que pueden ocurrir en la vida real. Estas relaciones humanas virtuales, en síntesis, manifiestan rasgos comportamentales como los que siguen:

- En los chats se forman pandillas o grupos de amigos vinculados por un mismo interés temático o simplemente por la necesidad de encontrarse para conversar.
- En los chats el "ligoteo" como práctica de búsqueda y aproximación sexual entre dos personas es una actividad habitual. A veces, el ligue digital desemboca en el encuentro en la realidad entre ambas personas.
- En los chats existe actividad sexual explícita, es decir, se obtiene placer sexual a través de la conversación erótica entre dos sujetos y la autoestimulación del cuerpo simultáneamente a la charla. Es el denominado "cibersexo".
- En los chats se establecen relaciones afectivas, de dependencia sentimental entre unos usuarios y otros. Existen lo que se denomina como "ciberromances", es decir, enamoramientos de personas que no se conocen físicamente, pero que mantienen una comunicación regular entre ellas a través del ordenador.

En definitiva, en el IRC se juega, se divierte, se engaña, se practica el humor, el enfado, se obtiene placer, se discute..., se expresan con mucha facilidad los sentimientos y deseos de las personas conectadas. Estos fenómenos y formas de actuación interpersonal se desarrollan debido fundamentalmente al anonimato de la comunicación, al misterio que encierra conversar con personas desconocidas. A este anonimato hay que añadir el factor de la seguridad: las relaciones humanas y virtuales no tienen efectos negativos en la realidad. Apagando el ordenador la relación se acaba. Es sexo seguro y aseptico

A MODO DE CONCLUSIONES

Internet como escenario de la sexualidad virtual

Los datos obtenidos en el trabajo de campo nos permiten concluir que Internet es un potente medio de comunicación que posibilita vivir y experimentar un determinado tipo

de sexualidad desde la intimidad del hogar. Es una tecnología que sustituye una relación interpersonal real por una representación virtual de la misma. De este modo no es imprescindible salir a la calle, al espacio físico que nos rodea para contactar con alguien, para obtener placer sexual, para conversar sobre las necesidades y deseos afectivo/eróticos con otras personas.

En este sentido podemos concluir que Internet en cuanto nueva tecnología de la información combina dos funciones comunicativas distintas, pero complementarias:

a) La tecnología actúa como soporte de una "representación". En este caso, se ofrece una representación erótica y/o pornográfica "enlatada". En Internet gran parte de esta forma comunicativa y de difusión de sexo se distribuye a través de la red World Wide Web. Es una función comunicativa similar a la que realiza otras tecnologías como las revistas, vídeos, cd-rom de naturaleza erótica. En este caso el placer se obtiene cuando el ser humano al interacciona con una representación textual, icónica o auditiva que lo estimula eróticamente.

b) La tecnología actúa como elemento mediador entre dos seres humanos. En esta situación el placer se obtiene en interacción directa con otra persona, pero mediatizadas por máquinas. Estas permiten que dos o más personas pueda mantener una conversación en tiempo real, bien a través de un teclado o un micrófono y la pantalla del ordenador. La riqueza de sensaciones, experiencias y afectos se incrementa respecto a la otra función. Se "siente" el calor humano de la otra persona, aunque de forma virtual. En Internet esto es posible, entre otros servicios, a través de la red Internet Relay Chat y a través de la videoconferencia en el WWW. En este caso la función comunicativa del medio es similar a la que cumplen otras tecnologías de la comunicación como es el teléfono o la radiofonía.

En consecuencia, podríamos sugerir que las tecnologías digitales son la expresión última, la más sofisticada de un proceso cultural y tecnológico iniciado hace un siglo y que podría denominarse como **sexo mediático o virtual**, es decir, aquella experiencia de búsqueda y obtención de placer erótico realizada no en el contexto de la realidad, sino a través de algún medio que representa un objeto sexual. La fotografía, la televisión, el cine, el video han sido, a lo largo del siglo XX, las tecnologías a través de las cuales ha sido posible la representación del objeto de deseo sexual. Pero Internet no es sólo una tecnología que ofrece "sexo enlatado" como lo hace un vídeo o un CD-Rom erótico. Es también un lugar de encuentro y de establecimiento de relaciones entre los usuarios conectados. A través de la red se conoce gente, se habla con ella, se intercambian confidencialidades, en definitiva..... se desarrollan lazos afectivos.

El rasgo clave de la experiencia del "sexo virtual" estriba en la posibilidad de sustituir al sujeto humano, al "otro" por una forma de "representación". La representación consiste en transformar un objeto, situación o ser en un signo (bien textual, icónico o audiovisual) de modo que cuando un sujeto se pone en contacto con el signo interpreta que interacciona con el referente de la representación. La "representación" erótica no es un

invento del siglo XX. En todas las épocas y culturas siempre se ha dibujado o esculpido el cuerpo humano en posiciones claramente eróticas. Existen muestras de ello en la cultura griega, en la medieval, en las culturas persas e hindú, etc. La representación icónica (a través de dibujos figurativos o esculturas) siempre ha existido. Lo novedoso de los tiempos actuales es que esta representación es en masa y accesible a una gran parte de la población y la representación es multisensorial (imágenes en movimiento, sonidos, textos) lo que provoca una mayor similitud entre el objeto real y su representación.

Desde un punto de vista comportamental pudiéramos describir la experimentación del sexo virtual por los siguientes rasgos:

- Es una experiencia individual y solitaria. Cada usuario está sólo frente al ordenador y puede autoestimularse en la intimidad del hogar. La masturbación en consecuencia es la práctica sexual más habitual entre los sujetos conectados a la red.
- El contacto físico es con una máquina (la pantalla del ordenador, el teclado o un micrófono). La experiencia sexual requiere en consecuencia mucha imaginación ya que únicamente la estimulación fisiológica del deseo sexual se provoca por la vista y el oído. Están ausentes sentidos tan importantes en la estimulación erótica como el tacto y el olfato. La experiencia de sexo virtual es una experiencia aséptica en la que no existe el riesgo de contagios de enfermedades de transmisión sexual. Es una forma de vivir el llamado "sexo seguro".
- Cada individuo conectado es un sujeto anónimo y desconocido. Por ello, existe una tendencia a manifestar con mayor facilidad y sin tabúes los deseos y apetencias sexuales a otros usuarios.
- Es un territorio abierto e inagotable, en constante cambio y crecimiento. Este es uno de los atractivos de Internet. Constantemente están surgiendo nuevas páginas webs, las existentes renuevan permanentemente sus contenidos, en el IRC en cada conexión aparecen nuevos conversadores. Esta posibilidad de encontrar algo nuevo es uno de los rasgos más fascinantes y atractivo para los usuarios de la Red..

Todo lo anterior ¿es bueno o es nocivo para la salud y desarrollo sexual de las personas?. Creo que nadie lo sabe. Como decíamos en la introducción de este trabajo, el fenómeno es tan reciente que no disponemos de datos para establecer un catálogo serio y riguroso de los aspectos positivos y negativos que el mundo digital genera en los seres humanos. Lo único que se puede afirmar con certeza es que Internet representa un nuevo escenario, una geografía distinta a la tradicional para establecer lazos y relaciones interpersonales y para obtener placer sexual.

En consecuencia, se puede concluir que las llamadas nuevas tecnologías digitales de la comunicación posibilitan un nuevo conjunto de vivencias, sensaciones y experiencias de

naturaleza afectivo-sexual en los seres humanos notoriamente diferenciadas respecto a las formas tradicionales de sexualidad basadas en el contacto directo y físico entre dos o más personas. A través de las nuevas tecnologías cualquier sujeto puede experimentar placer sexual sin que medie el contacto físico con otro ser vivo, sino con la "representación" sexual provocada por una máquina. Con las tecnologías digitales las formas de vivencia de la sexualidad y afectividad son experiencias mediatizadas que provocan en los sujetos la sensación de interactuar con una realidad que no existe físicamente, pero sí perceptivamente (la realidad virtual).

Internet es un inmenso zoco o centro comercial del sexo

Internet en general, y específicamente el WWW es en estos momentos una auténtica ciudad virtual del erotismo. En ella es posible encontrar cualquiera de los servicios y contenidos sexuales que uno pueda imaginarse. Toda la información está intercomunicada como en un gran muestrario, como en un zoco o mercado de los servicios sexuales (fotos, videos, lencería, striptease en directo, contactos, intercambios, etc.) en todas las variantes de gustos sexuales (hetero, gays, bizarro, bestialismo/zoofilia, sado-masoquismo, necrofilia, etc.)

El desarrollo tecnológico generado a lo largo del siglo XX, entre otros factores, ha configurado y extendido la denominada "cultura de masas". La existencia de la cultura de masas requiere la existencia de un entramado industrial de producción y distribución de las obras culturales, es decir, requiere la transformación de la cultura en una mercancía que pueda ser producida y distribuida en masa. Este fenómeno ha sido estudiado en profundidad por los sociólogos de la comunicación y no es necesario insistir en ello.

Lo que nos interesa destacar aquí es que en los últimos treinta años, es decir, desde la década de los setenta ha surgido y se expande una importante industria del sexo que utiliza los medios y tecnologías como mecanismos de difusión de sus productos. A lo largo de estas últimas décadas ha ido creciendo una industria mediática que tiene como objeto de transacción comercial el sexo como placer en todas sus variantes. Esta producción industrializada del comercio de representaciones sexuales se materializa a través de distintas tecnologías de la información:

En estos momentos el sexo como mercancía cultural se comercializa a través de:

- *tecnologías impresas*: fundamentalmente revistas (como Playboy, Penthouse, Hustler, ...);
- *tecnologías audiovisuales*: salas cinematográficas X, vídeos porno, espacios eróticos en TV;
- *tecnologías sonoras*: el teléfono erótico; cintas de cassette y discos pornográficos;
- *tecnologías informáticas o digitales*: CD-ROM eróticos, Internet.

Internet, en consecuencia, no ha podido sustraerse a las necesidades de este mercado. Esta tecnología se adapta adecuadamente a las necesidades y formas de difusión de los contenidos pornográficos: se puede distribuir cualquier tipo de material (fotografías, vídeos, sonidos) y se compra desde la intimidad del hogar, lo que evita al cliente dirigirse a espacios públicos de consumo.

Internet , los jóvenes y el sexo virtual

Internet, es en estos momentos una seña de identidad cultural y social para una generación de adolescentes y jóvenes urbanos frente a los adultos. Como sugiere, el llamado "gurú" del ciberespacio y Director del M.I.T, Negroponte (1994) Internet es uno de los escenarios del enfrentamiento generacional ante dos culturas: la cultura impresa y audiovisual de las viejas generaciones y la cultura digital de la generación que está emergiendo. Los datos en el contexto español² evidencian que los usuarios de Internet son mayoritariamente ciudadanos menores de 35 años (representan el 65 % del total de cibernautas). La distribución de este porcentaje es el siguiente:

Entre 14 y 19 años.....	13,5 %
Entre 20 y 24 años.....	14,7 %
Entre 25 y 34 años.....	37,2 %

Llama la atención el dato de que el 28% de los usuarios de Internet en España sean menores de 25 años ya que estos jóvenes precisamente son los que menores posibilidades económicas tienen para poder conectarse a la red. Lo cual puede indicar que el nivel educativo de estos jóvenes más que su disponibilidad económica pueda ser el factor que facilite el acceso a estas nuevas tecnologías

Asímismo es necesario indicar que la evolución del crecimiento en el acceso a Internet en nuestro país es aceleradamente vertiginosa en estos últimos meses. En febrero de 1996 había entonces 242.000 españoles conectados a la red. Varios meses después, en octubre/noviembre de 1997 esta cifra se ha elevado a más de 1.100.000 personas, de las cuales, como hemos indicado, en su mayor parte son la generación más joven.

Los adolescentes y jóvenes por su edad son la primera generación criada y amamantada culturalmente a través de las nuevas tecnologías. Son el sector de la población más expuesto a ser un consumidor de información digital en sus diversas variantes: videojuegos, software informático, CD-ROM, Internet. Son usuarios y consumidores constantes de productos culturales presentados a través de máquinas. Su experiencia con las nuevas tecnologías es para ellos una actividad cotidiana y placentera. Son en consecuencia una generación predispuesta para interpretar el consumo del sexo a través de

² Estos datos han sido tomados del último E.G.M. (Estudio General de Medios) realizado en los meses de octubre/noviembre de 1997. Estos datos pueden consultarse en el Web de la Asociación para el Estudio de los Medios de Comunicación (<http://www.arroba.es/aimc/html/inter/datos.html>)

lo mediático como un fenómeno normal, natural, propio del entorno artificial que hemos creado en la civilización urbana. Se previsible que sean el sector de población más proclive a experimentar el llamando "sexo virtual" consumiendo todo tipo de información sexual distribuida a través de las redes digitales. Información de naturaleza sexual que en muchas ocasiones consiste en pura y dura pornografía no siendo la más adecuada y saludable para su desarrollo pleno como persona.

Este conjunto de experiencias mediáticas sobre el sexo ¿generará en los jóvenes un nuevo tipo de cultura sobre la sexualidad?. Es difícil predecir en estos momentos lo que sucederá, pero sí podemos afirmar, como hemos indicado anteriormente, que Internet difunde una modalidad de experiencia sexual que se produce en la privacidad y soledad del hogar, pero que gracias a la tecnología podemos ponernos en contacto con otros seres humanos situados en cualquier otro lugar del planeta o disfrutar del sexo enlatado en imágenes y sonidos.

El problema puede surgir, al igual que en otras formas tradicionales de vivencia de la sexualidad, con el desarrollo de conductas patológicas (caracterizadas por el consumo casi exclusivo de sexo a través de la red digital) que entorpezcan al sujeto una vivencia de su sexualidad a través del contacto directo con el cuerpo de otros seres humanos.

Más tarde o más temprano es previsible que empiecen a producirse o manifestarse casos disfuncionales de vivencia de la sexualidad provocados por un uso desmedido y perverso de Internet. Algunas empiezan a aparecer en los medios de comunicación: distribución de pornografía infantil; enamoramientos virtuales; miedos al encuentro real; etc.

Internet es adictiva. Engancha. Estar en la red, navegar por el ciberespacio, decidir la ruta a seguir, descubrir información inesperada,..., son por sí mismas actividades placenteras para muchos usuarios, sobre todo para los más jóvenes. Existen en estos momentos trabajos serios que empiezan a estudiar este comportamiento: el de los adictos a Internet. Es más, comienza a ser una especialidad dentro del campo de la Psicología, la *Ciberpsicología* o psicología del ciberespacio (Suler, 1996) En nuestro país pueden consultarse los trabajos de Estallo Martí (1997) sobre esta problemática o la página web de un grupo que se autodenomina como "Ciberadictos anónimos" (<http://dominios.net/elojo/cyberadictos/>) dirigido a aquellos cibernautas que manifiesten síntomas de adicción a la Red.

De todas formas, aunque uno no sea un adicto al mundo ciberespacial es evidente que su utilización requiere dedicar muchas horas semanales a navegar en la Red restandole horas a otras actividades. A ¿cuáles?. Las encuestas indican que las tres actividades fundamentales que son sustituidas por el uso de Internet son:

- El consumo de televisión. Esta sustitución se produce en aquellos usuarios que tienen la conexión en su hogar. En principio no puede valorarse negativamente esta sustitución. Es invertir tiempo en una tecnología en detrimento de otra.

- El tiempo laboral. Se genera en aquellos sujetos que acceden a Internet desde su puesto de trabajo. En ciertos empleos el uso de Internet incrementa la eficacia y rendimiento del trabajo que se realiza. Sin embargo en otros es un distractor, un elemento perjudicial para la actividad laboral desarrollada. Se sustituye el trabajo por ocio.

- Las relaciones humanas. Consiste en invertir el tiempo que uno dedicaba a las relaciones sociales (salir con amigos, ir de copas, hacer deporte, ...) en estar conectado a los servicios de Internet. En este caso se sustituyen las relaciones interpersonales reales por relaciones mediáticas. Es quizás el peor de los supuestos ya que es uno de los síntomas de adicción a las máquinas.

En conclusión, a medio plazo para una proporción importante de los adolescentes y jóvenes españoles Internet representará un territorio habitual en sus vidas cotidianas. En este espacio virtual se comunicarán con otros jóvenes, ligarán, se enamorarán y se desenamorarán, accederán a cantidades ingentes de pornografía, verán escenas sexuales que nunca se hubieran imaginado, discutirán de temas y prácticas de la sexualidad con jóvenes de otras partes del planeta, ... Las posibilidades son tan variadas como la red digital permite. ¿Qué hacer ante ello? ¿Prohibir y censurar los contenidos de naturaleza pornográfica que se transmiten a través de Internet? Este debate es intenso y polémico en EE.UU., y en menor medida en Europa.

Desde un punto de vista socialmente progresista o que apuesta por la libertad y emancipación de los individuos y el conjunto de la sociedad, la libre difusión y acceso a cualquier información a través de los medios y tecnologías es un derecho a defender. Pero también es cierto reconocer que el acceso a ciertas imágenes y contenidos pornográficos por parte de un adolescente o joven pueden resultarle "inadecuados". Por esta razón tendrían que desarrollarse más medidas de naturaleza formativa: la educación debe ser el instrumento necesario para prevenir los usos negativos y disfuncionales de Internet. Del mismo modo que es necesario enseñar criterios del buen lector que discrimina la literatura barata de consumo, de las obras cultas, también debiera enseñarse a ser un usuario culto, selectivo y crítico de la información vehiculada a través de nuevas tecnologías como es Internet.

Sexualidad e Internet: sugerencia de futuras líneas de investigación

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación, como hemos indicado reiteradas veces a lo largo de este trabajo, representan un fenómeno sociocultural demasiado reciente como para que dispongamos de un conocimiento preciso de el impacto de las mismas sobre los individuos y sobre el sistema social. Las concepciones y prácticas sexuales, como se ha mostrado en este trabajo, se ven afectadas por la presencia de las tecnologías digitales. Por ello, la investigación y estudio de la sexualidad humana e Internet debiera ser un objeto de estudio en los próximos años.

Esta ponencia sólo representa una pequeña aproximación descriptiva al actual fenómeno de utilización de la red hispana de Internet para el intercambio de información erótica e interpersonal entre los usuarios. Es evidente que queda muchas cuestiones sin resolver. Por ello, me atrevo, sin ánimo de ser exhaustivo, a esbozar un listado de posibles líneas de investigación que profundicen en la exploración de las interacciones entre la sexualidad humana e Internet. Estas líneas de estudio son las siguientes:

- Análisis de las diferencias de uso de la red Internet según género. Si en otros ámbitos de la sexualidad existen diferencias actitudinales y comportamentales entre el género masculino y femenino, es previsible que algo similar pueda suceder en los fines y formas de utilización de las nuevas tecnologías.
- Recopilar y profundizar en el estudio de casos (usuarios) que utilizan la Red con fines eróticos y sentimentales con la intención de inventariar tipologías comportamentales de los sujetos cibernautas.
- Obtener datos estadísticos sobre la demanda y evolución en la utilización de los servicios de naturaleza sexual en Internet (número de usuarios, características personales de los mismos, lugares de conexión, ...).
- Analizar cultural e ideológicamente el modelo o modelos de creencias y prácticas sexuales que son difundidos a través de la red.
- Explorar el impacto de la Red Internet sobre la población en general y específicamente sobre los más jóvenes en la configuración de valores, creencias y comportamientos afectivo-sexuales de los mismos.
- Diseñar y experimentar programas educativos para adolescentes y jóvenes de modo que en sus objetivos incorporen la formación crítica y uso inteligente de las nuevas tecnologías como un espacio de vivencia de la sexualidad y del establecimiento de relaciones humanas.
- Repetir el estudio aquí presentado a corto y medio plazo con la pretensión de chequear la evolución del WWW en relación a la información erótica y sexual ofertada, así como la dinámica de las relaciones en el IRC. La repetición de este estudio debiera ser abordada por un equipo formado por hombres y mujeres ya que aumentaría el número de entrevistas que se pueden realizar. Asimismo un equipo de investigación mixto incrementaría la riqueza en la interpretación de los resultados ya que éstos se abordarían tanto desde un punto de vista masculino como femenino.

Una última consideración para terminar. En Internet existen los mismos fenómenos sociales y culturales que ocurren en la vida real. La Red representa un espacio o civilización virtual con todos los vicios y virtudes propios de nuestra sociedad occidental. Al final de

cuenta somos los seres humanos quienes estamos detrás de las máquinas y en la red inevitablemente proyectamos y reflejamos las formas de comportamiento social que poseemos. Lo que diferencia a Internet de la realidad es que esos fenómenos (violencia, pornografía, prostitución, ...) están al alcance de todos los usuarios de la red independientemente de su edad, cultura, o situación geográfica. Y ante ello, hay que educar. Formar ciudadanos que sepan desenvolverse en el ciberespacio con valores y conocimientos sustentados en una cultura de la sexualidad entendida como una forma de comunicación placentera con otros seres humanos no como una mera mercancía.

BIBLIOGRAFÍA

BETTENI, G. y COLOMBO, F. (1995): **Las nuevas tecnologías de la comunicación.** Paidós, Barcelona.

CASTELLS, M. (1994): "Flujos, redes e identidades: una teoría crítica de la sociedad informacional". En AA.VV.: **Nuevas perspectivas críticas en educación.** Paidós Educador, Barcelona.

DEL RIO, P. (1996): **Psicología de los medios de comunicación.** Síntesis, Madrid.

DHOLAKIA, R.R.; MUNDORF, N y DHOLAKIA, N. (Eds) (1996): **New Infotainment Technologies in the Home.**Laerence Earlbaum Associates, Mahwah, New Jersey.

ESTALLO MARTI (1997): **Psicopatología de las nuevas tecnologías.** Institut Psiquiàtric. Dpto de Psicología. <http://www.ub.es/personal/ini.htm>

GUBERN, R. (1992): **La mirada opulenta.** Gustavo Gili, Barcelona (2 edición revisada).

INGLEHART, R. (1991): **El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas.** Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.

McQUAIL, D. (1991): **Introducción a la teoría de la comunicación de masas.** Ediciones Paidós, Barcelona (2 edición revisada).

NEGROPONTE, N.(1995).: **El mundo digital.** Ediciones B, Barcelona,

POSTMAN, N. (1994): **Tecnópolis. La rendición de la cultura a la tecnología.** Círculo de Lectores, Barcelona

QUALTER, T.H. (1994): **Publicidad y democracia en la sociedad de masas.** Paidós Comunicación, Barcelona.

SULER, J. (1996): **The Psychology of Cyberspace.** Dept. of Psychology. Rider University. <http://www1.rider.edu/~suler/psycyber/psycyber.html>