

UNIVERSIDAD NACIONAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE PSICOLOGÍA

TESIS DE GRADO

Representaciones sociales del comercio de material audiovisual sexual
construidas por un grupo de mujeres creadoras de contenido en la plataforma
digital OnlyFans, de la Gran Área Metropolitana de Costa Rica.

Trabajo final de graduación sometido a consideración del Tribunal
Examinador para optar por el grado de Licenciatura en Psicología.

Tutor: Rodolfo Muñoz Morales
Sustentante: Ana Carolina Gonzalez Sancho

Campus Omar Dengo, Heredia, Costa Rica
2025

Representaciones sociales del comercio de material audiovisual sexual
construidas por un grupo de mujeres creadoras de contenido en la plataforma
digital OnlyFans, de la Gran Área Metropolitana de Costa Rica.

Sustentante: Ana Carolina Gonzalez Sancho

Miembros del tribunal examinador

M.Sc. Carolina Sanchez Hernandez
Representante del Decanato de la Facultad de Ciencias Sociales

Dr. Santiago Sarceño Barquero
Director de la Escuela de Psicología

MSc. Rodolfo Muñoz Morales
Tutor

Dr. Miguel Baraona Cockerell
Lector

Lic. Oel Descamps Camps
Lector

Ana Carolina González Sancho
Sustentante

Resumen

Esta investigación analiza las representaciones sociales construidas por mujeres creadoras de contenido sexual en la plataforma OnlyFans, con el propósito de comprender cómo interpretan, dan significado y legitiman su trabajo dentro del contexto del capitalismo neoliberal y la cultura patriarcal. Esta investigación adopta una perspectiva marxista feminista y, a través del marco teórico de las representaciones sociales, se estudia cómo estas mujeres configuran sistemas psicológicos colectivos sobre la anatomía, el cuerpo, el trabajo y el estigma.

El estudio adopta un enfoque cualitativo y emplea técnicas de entrevistas semiestructuradas, grupos focales y análisis fotográfico, aplicados a mujeres de entre 18 y 35 años de edad, habitantes de la Gran Área Metropolitana de Costa Rica (GAM) que producen contenido sexual para la plataforma OnlyFans. La información obtenida fue analizada mediante el análisis crítico del discurso y fue triangulada para garantizar la validez interpretativa.

Los hallazgos revelan que las participantes elaboran un sistema complejo de significados donde convergen tres dimensiones: la información, la cual consiste en el conocimiento y la experiencia sobre la plataforma, la actitud, referente a las valoraciones ambivalentes de empoderamiento y resignación y, finalmente, el campo de representación la cual contempla la valoración simbólica del cuerpo erotizado como instrumento de trabajo. OnlyFans se representa simultáneamente como un mecanismo de supervivencia económica y como un microemprendimiento que otorga cierto control y reconocimiento, pero también reproduce la auto objetivación y alienación del cuerpo femenino.

La investigación concluye en que las creadoras no se autodefinen exclusivamente como víctimas del sistema capitalista neoliberal ni como empresarias empoderadas que reinterpretan y se apropian de la erotización a la que sus cuerpos son sometidos cotidianamente con o sin su consentimiento, sino que se perciben como sujetos que construyen una epistemología de la supervivencia, donde el cuerpo y la sexualidad se transforman en estrategias de resistencia dentro de un sistema que mercantiliza su imagen y el deseo de esta.

Se sugiere fortalecer los estudios interdisciplinarios sobre los mercados virtuales emergentes, propiciar la creación de políticas públicas que protejan a las mujeres en entornos digitales y fomentar lecturas críticas libres de moralismos desde la Psicología y las Ciencias Sociales.

Agradecimientos

A mi padre, quien me enseñó a caminar de niña, y ahora, acompaña mis pasos como adulta, siendo mi consejero, amigo y refugio cuando los días pesan. Gracias por no soltarme nunca, por demostrarme que el amor se encuentra en todas partes, incluso en aquellos detalles cotidianos que tenemos con quienes amamos.

A mi madre, quien aunque ya no se encuentra físicamente entre nosotros, habita en cada logro, en cada pensamiento y en cada paso. Su amor sigue siendo una brújula silenciosa que me guía, y su recuerdo, es la fuerza que me sostiene cuando más lo necesito.

A mi hermano Jose “Quillo”, quien desde su temprana infancia conoció el valor del sacrificio y el trabajo. Gracias a su esfuerzo silencioso, por haber sido parte esencial de mi crianza y por enseñarme, con su ejemplo, que la familia es la raíz más profunda y fuerte que se puede tener.

A mi hermano Roy, quien es el pilar más importante en mi camino académico. Gracias por creer en mí cuando el cansancio, la inseguridad y la duda me hacían tambalear, por su apoyo constante desde los días de estudio en la escuela hasta el día de hoy en mi paso por la universidad.

A mi hermana Evelyn, quien un día debió abandonar sus muñecas para hacerse cargo de una bebé de carne y hueso. Gracias por los sacrificios, la ternura, la paciencia y por haberme dado, desde tan pequeña, un amor tan inocente e incondicional. Si bien la sangre nos define como hermanas, hoy nos reconozco como mucho más que eso.

A Joann, mi mejor amiga, después de casi 15 años de amistad, gracias por siempre estar presente en mi vida, aun cuando yo no siempre estuve presente en la suya. Gracias, porque cada vez que la vida me quebró, estuvo ahí para recoger mis pedazos y acompañarme a reconstruir aquello que ella jamás rompió.

A todos ustedes, gracias por ser mi historia, mi impulso y mi hogar. Este logro no solo es mío, sino también de cada uno que me sostuvo, me guió y me amó en el camino.

Dedicatoria

A las mujeres que participaron en esta investigación, por abrirme las puertas de su historia, confiarme su intimidad, su voz y su ser. Su valentía al compartir aquello que muchas veces se guarda en silencio, me enseñaron que la investigación también puede ser un acto de encuentro, de escucha y de respeto. Cada palabra suya dejó una huella en mí, y este trabajo está tejido con la fuerza, la sensibilidad y la dignidad de sus relatos.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA Y SU IMPORTANCIA	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Justificación	6
1.3 Presentación del problema de investigación	11
1.4 Objetivos	11
CAPÍTULO II.	13
CONSTRUCCIÓN TEÓRICA DEL OBJETO DE ESTUDIO	13
REFERENTE CONCEPTUAL	13
REPRESENTACIONES SOCIALES Y SISTEMAS COMPLEJOS	13
MARCO TEÓRICO	19
Capitalismo neoliberal y mercancía sexual en OnlyFans	19
Only Fans: plataforma de comercio de contenido audiovisual sexual	21
CAPÍTULO III.	26
MARCO METODOLÓGICO	26
3.1 Tipo de estudio y Metodología	26
3.2 Categorías de análisis	27
Actitud de una representación social	27
Información de la representación social	28
Campo de la representación social	28
3.3 Criterios de Selección y Fuentes de Información	28
3.4 Estrategia metodológica	29
Técnicas de recolección de información	29
Entrevista semiestructurada	29
Fotografía	30
Grupo focal	31
Procedimientos para el desarrollo de la investigación	31

Técnicas para la sistematización y análisis de la información	32
Criterios de Calidad: Triangulación y juicio de expertos	32
CAPÍTULO IV.	33
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	33
Preámbulo	33
4.1 OnlyFans como herramienta para alcanzar la autonomía económica	34
4.2 Resignificación del trabajo: contenido sexual, autopercepción y estigma	47
4.3 Alienación del trabajo sexual: el cuerpo erotizado como instrumento	64
4.4 Organización y legitimación: Only Fans como microemprendimiento	74
4.5 La construcción psicológica de las representaciones sociales de Only Fans	89
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	93
5.1 Síntesis y triangulación	93
Lectura marxista-feminista de las representaciones sociales sobre Only Fans	93
REFERENCIAS	105
ANEXOS	110

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA Y SU IMPORTANCIA

1.1 Antecedentes

Se han encontrado estudios que abordan el fenómeno de las plataformas de comercio de contenido sexual digital (PCCSD) desde perspectivas heterogéneas donde varía el principal sujeto de investigación, la teorización del comercio de contenido sexual asociado al debate entre el empoderamiento y la explotación sexual en la web, el análisis del discurso en la interacción de los consumidores, la subjetividad nacida en el fenómeno y la lectura de las nuevas formas de interacción sexual emergentes. Esta heterogeneidad hace difícil mapear por grupos y tendencias uniformes los estudios revisados, lo que puede deberse a diversos factores, como la novedad, puesto que OnlyFans (OF), a pesar de haber sido creada en 2016, tuvo su auge en el transcurso de la cuarentena causada por la pandemia de inicios del 2020. La plataforma ha aportado al debate sobre la exposición y la gestión del cuerpo de la mujer sexualizado en la web, y toca varias aristas de la vida en la modernidad capitalista, donde los valores de la metacultura descritos por Baraona (2016) como el consumismo, el mercantilismo y el tecnologismo, han transformado la vida social de generaciones que experimentan los puntos de inflexión más críticos de las últimas décadas, una generación que tiene altas expectativas de consumo y cada vez menos garantías económicas para lograrlas.

En Costa Rica, el neoliberalismo acelerado y la crisis sanitaria, es el escenario donde emergen generaciones de mujeres de diferentes estratos que experimentan récords de desempleo, desigualdad y pobreza. Economía, subjetividad, género, diversidad sexual, feminismo y lectura crítica de la modernidad, son temas que componen el estado de la cuestión: La tipificación del trabajo sexual en la ley costarricense se ha basado en su ilegalidad y en tanto mecanismo de sobrevivencia, dentro de una estructura compleja o desde la precariedad extrema. En la última década, se incluyen en la investigación jurídica elementos de la digitalización de esta práctica. Estrada & Quirós (2017) encuentran que, si bien las mujeres que ejercían el trabajo sexual de manera presencial, no se han trasladado a plataformas de comercio digital, sí utilizan redes sociales y plataformas digitales para publicitar sus servicios y llegar a posibles clientes.

Línea investigativa económico-social

Murphy (2020), de Leeds Beckett University, describe la dinámica entre sus causas económicas, la pandemia y la mujer como sujeto social. Sostiene que debido al estancamiento económico por la pandemia, la cantidad de creadores de contenido ha crecido ya que miles de personas buscan empleo inmediato y socialmente distante. Argumenta, desde la Teoría de la Economía Sexual, que las mujeres reconocen el valor de su sexualidad dentro de la economía, ya que el sexo se valora como una mercancía especialmente deseable e históricamente las mujeres han restringido el acceso a dicha mercancía con el objetivo de aumentar su demanda. Se cuestiona si existe un consentimiento real o si las mujeres que ingresan están siendo motivadas por la coerción económica, en un sistema capitalista y patriarcal donde la mercantilización del sexo es la única respuesta económica eficiente para mujeres vulnerables, pobres o desempleadas, cuya única mercancía a resolver en el mercado es su propio cuerpo y sexualidad. Concluye en que las razones de la popularidad del trabajo sexual digital para mujeres en edad laboral son el atractivo de ganar dinero rápidamente desde su residencia, sin contacto físico, el anonimato del consumidor le libera de posibles cargas y presiones sociales.

Murphy analiza el planteamiento de la BBC (2020) que posiciona a OF como “una plataforma que lleva el trabajo para adultos a la era de las redes sociales” mientras que, por su parte, propone que solo es un reflejo del neoliberalismo, ya que la empresa anima a los creadores a mantener su marca, cuál “micro celebridad”. El lema “haz que tu influencia pague” (OnlyFans, 2020) enfatiza la importancia de generar audiencia, lo conocido como “marketing de influencia” (p.19-20). La autora expone un análisis del documental de la BBC (2020), “Nudes4sale”, el cual se traduce al español como “imágenes de desnudos a la venta” en donde se menciona que el factor más significativo que llevó a las mujeres entrevistadas a involucrarse en OF, fue la ambición de independencia financiera.

Respecto a la modernización capitalista, existen investigaciones como la de Farley (2020) que refieren a cómo la mujer busca en las nuevas formas del empleo autogestionado, el poder reinsertarse al mercado laboral. Menciona que, debido al impacto económico ocasionado por la pandemia, las mujeres trabajadoras sexuales buscan adaptarse a las nuevas condiciones provocadas por la crisis sanitaria, se han trasladado a plataformas digitales, espacios “online” en los que pueden conectar con posibles compradores.

Las PCCSD, se consideran un espacio donde quienes eran altamente vulnerables en el mercado del trabajo, ahora cuentan con un escenario donde sus características resaltan y son fuente de lucro. Outeiriño, Fresno & Urada (2018) en su estudio sobre prostitución online

transgénero y salud pública, evidencian que el trabajo sexual en plataformas digitales surge y prospera. Sus resultados explican que a mayor cantidad de características que predisponen a la vulnerabilidad social que un individuo acumule, tendrá mayor probabilidad de iniciarse en el trabajo sexual. Los resultados indican que las personas entre los 18 y 37 años son quienes más ofertan sus servicios en el mercado de trabajo sexual, lo cual interesa por ser un precedente de vinculación entre la edad activa en la fuerza laboral y la crisis del empleo como principales factores y motivantes.

Existen estudios donde la participación de mujeres jóvenes en plataformas de venta de contenido sexual es descrita como un mecanismo de resolución de la fuerza de trabajo excluida del mercado, que en tiempo de pandemia resulta en una nueva relación compleja entre la autonomía para controlar jornadas y aportar instrumentos propios de trabajo para ceder la propiedad de su imagen sexualizada a la empresa. Ebersole (2021) en su estudio *Let's Talk About Sex (Work), Baby: Women College Students And Online Sex Work*, el cual se traduce al español como “vamos a hablar de trabajo (sexual), bebé: Mujeres estudiantes universitarias y el trabajo sexual en línea”, examina cómo universitarias recurrieron a OF cuando evolucionó de un sitio web de contenido variado a una plataforma de entretenimiento para adultos convencional, permitiendo que muchas mujeres con estudios superiores en curso, obtengan ingresos, especialmente durante la pandemia por COVID-19. Se identifican aquí dos motivaciones: la necesidad de autonomía y la necesidad de solvencia económica.

En el estudio de Diaz, M., Morales, P. & Vargas, T. (2020), se indaga cómo se configura la identidad de las mujeres trabajadoras sexuales en la ciudad de Bogotá. Las autoras teorizan la prostitución mediante categorías derivadas del posestructuralismo, el construccionismo y las posibilidades de que surjan expresiones de empoderamiento en su práctica frente a un marco normativo y moral que censura. Lo que interesa de esta investigación, sin embargo, es el abordaje que se hace de la prostitución como trabajo, desde una orientación marxista, donde la forma en que el ser humano produce los satisfactores de sus necesidades condiciona su propia existencia. No obstante, no se haya en los resultados de la investigación una lectura sistémica y marxista de cómo los procesos de expansión del capitalismo y su modernización transforman el trabajo sexual ni de como representa un mecanismo de subsistencia con un lugar determinado en la estratificación social, los niveles más vulnerables e inestables, no solo por cuestiones de juzgamiento moral, sino por representar la oferta de fuerza de trabajo desregulada, nacida de la sobrevivencia y al margen de la formalidad. Esto es lo que el presente estudio busca comprender en un escenario donde

el neoliberalismo hace cada vez más difusa la brecha entre el trabajo formal, informal y emergentes, con especial énfasis en el trabajo sexual.

Fernández, R. & Rodríguez, J. (2005) tratan las causas socio-históricas que motivaron a las mujeres a realizar trabajo sexual en la ciudad de San José, mujeres desempleadas, sin estudios, con una clara carencia monetaria que les dificultaba cubrir sus necesidades básicas. Utilizaron el trabajo sexual como medio para “sobrevivir”, mas que por una “falta de desercia” como describía la moral burguesa de la época. (p.17). La investigación de Isla, A. (2006) expone entre sus antecedentes que Costa Rica posee bases patriarcales en las cuales el individuo con el privilegio de laborar era el hombre, mientras que la mujer tenía que permanecer en el hogar, estuviera casada o no, debía mantenerse lejos de la mirada pública. Mora, V. (1994) menciona que la prostitución en Costa Rica fue el resultado de una crisis económica, una situación que afectaba principalmente a la mujer. Tal hecho estaba vinculado con su limitada educación y capacitación para desempeñar trabajos especializados que requerían una mayor preparación. (p. 146)

Línea investigativa sobre la subjetividad de las mujeres

Zapata, A. (2012) analiza la variedad de razones que han motivado a las mujeres que ejercen el trabajo sexual por internet, desde la necesidad de incrementar su autoestima, hasta motivos económicos, su abordaje es desde las representaciones sociales del cuerpo de estas mujeres. En la modernización, la interacción humana goza de nuevas formas de vinculación social, por lo que el internet y las computadoras son un medio para relacionarse sexualmente con otras personas de una manera más segura. La autora teoriza sobre el biopoder que tiene como objetivo la disciplina, la normatización y el potenciamiento de las fuerzas vitales del individuo para convertirlas en recursos útiles para la producción capitalista; se busca disminuir los riesgos biológicos y anatómicos que le resten productividad al “trabajador” del periodo industrial (sanidad, normas morales, comportamiento público, lo privado y la priorización del trabajo desde la producción). Prácticas en torno al sexo, al porno y su comercialización se materializan por medio de cuerpos inscritos en un orden capitalista de consumo y mercado.

Línea investigativa sobre Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)

En relación a cómo la modernización capitalista influye en el marco representativo de las generaciones más cercanas a la tecnología aplicada a productos de consumo, Sanchez,

Muñoz y Fernández (2017) explican que la población más joven tiende a utilizar con mayor frecuencia las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para obtener e intercambiar contenido audiovisual sexual, ya que al nacer y desarrollarse en una época con mayor accesibilidad tecnológica, normalizan, comprenden y emplean mejor el uso de las TIC en distintas áreas de su cotidianidad, como la vinculación sexual.

Orduz (2020) investigan sobre el fenómeno del modelaje webcam en Colombia, en relación al vínculo entre la ofertante y el consumidor mediado por la innovación en la tecnología de consumo y condicionada por las nuevas dinámicas del comercio en la virtualidad. Interesa el análisis de la sociedad, el mercado y el contenido sexual, como categorías que se entrelazan para reconocer la subjetividad en los procedimientos del trabajo sexual virtual, en las competencias técnicas, habilidades emocionales y gestión de vínculos con los consumidores de su contenido. El modelaje webcam es un precedente claro y cercano del fenómeno OF. En la misma línea investigativa, Giraldo (2013), argumenta en razón de la apertura que la evolución tecnológica permite, pues hace que se integren mayores posibilidades sexuales a las culturas, tanto por la expansión de los límites comunicacionales a través de las TIC, en aplicaciones por los chats o las redes sociales, como por el ideal de libertad que ofrecen la accesibilidad, el anonimato y la asequibilidad (compra de fotos y videos por medio de telefonía celular) (p.15)

Según Cobo (2015) las representaciones sociales (RS) del cuerpo y el movimiento, resultantes de la interacción mediada por computadora, son nuevas formas de vinculación facilitadas por máquinas. Sostiene que “es así como es un elemento artificial con capacidades y atributos que combinan características humanas y técnicas, dando como resultado el ciborgismo, que es la “mezcla entre lo biológico y lo artificial y específicamente al proceso por el cual los ordenadores interpretan procesos biológicos con interfaces cada vez más adaptables, capaces de simular procesos mentales” (p.30) Estas relaciones tienen, según Montagu (2004), condición a-temporal y a-espacial; la inmaterialidad a partir de la no necesidad de la presencia física; la posibilidad de existencia o no a partir del manejo de la disponibilidad; la ubicabilidad; la invisibilidad; los contactos y no contactos establecidos por la red; el deambular y habitar; la velocidad; lo real y lo virtual; y la técnica/acción. (p.37)

Las investigaciones de las tres líneas investigativas, evidencian límites que dan cuenta de la complejidad que entrelaza cada uno de sus elementos. La globalización, entendida como el proceso histórico de expansión del modo de producción capitalista y la modernización como la integración tecnológica y científica a los procesos productivos y comerciales, se ven reflejados en cada investigación citada. Sin embargo, el abordaje de los elementos que son

itinerantes en esta investigación se han tratado desde perspectivas teóricas y metodológicas que, a pesar que aportan elementos indispensables como la relación entre comercio sexual y trabajo, construcción de la subjetividad y movimientos sociales, nuevas tecnologías de consumo y afectividad, en su mayoría, no integran estos elementos en un análisis sistémico y esquemático que de cuenta del condicionamiento que la evolución del sistema económico ejerce sobre la estructura social, en la cultura y, por ende, en la interpretación de la realidad, la cognición y la construcción de un sentido común nacido en y para el fenómeno de los trabajos sexuales emergentes. No obstante, se asume como supuesto que esto se debe a lo nuevo del fenómeno y a la dependencia de la pandemia del COVID-19 para su emergencia. Las investigaciones consultadas sobre las PCCSD con la centralidad en la mujer como sujeto social, prefiguran a las creadoras de contenido sexual como trabajadoras sexuales y, a su producción como materialización del trabajo y, como tal, sujeto a las dinámicas del capitalismo, a la oferta y demanda de fuerza de trabajo en tiempos de crisis, da cuenta de una cantidad importante de categorías psico-sociales que reflejan el sistema complejo y establecen las bases para entender el fenómeno como un emergente que podría responder a las condiciones de la feminización del desempleo en el neoliberalismo y la pandemia.

1.2 Justificación

Las plataformas de comercio de contenido sexual digital (PCCSD) y los empleos emergentes, son procesos de la modernización¹, la expansión económica y la oferta de fuerza de trabajo que, por lo que indica la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2020), excede la demanda de trabajadores a nivel mundial, siendo que en 2020, la tasa de desempleo mundial fue de un 6,5 por ciento. La pandemia del COVID-19 ha agregado 33 millones de personas desocupadas con respecto al año 2019, cuando la situación laboral del mundo era ya desalentadora con 188 millones de desempleados a nivel global y, en términos de subutilización de la fuerza de trabajo², se registró 470 millones de personas sin acceso al trabajo. En Latinoamérica, las personas que han perdido sus empleos desde el inicio de la pandemia son 41 millones en total, es decir, los 26 millones previos sumados a los 15 millones de desocupados en los primeros meses. Costa Rica, previo a la pandemia, presentaba indicadores de alta vulnerabilidad con énfasis en las mujeres.

¹ Se entiende la modernización capitalista como la aplicación de la ciencia y la tecnología a los procesos de producción de mercancías en sus diferentes y variados ámbitos.

² Esto incluye a las personas que desean trabajar más horas para suplir sus necesidades y las que no cuentan con un empleo formal pero se encuentran ocupados.

En lo que respecta a la relación por sexo, entre 2010 y 2019, la participación de las mujeres en la fuerza laboral aumentó de 37,6% a 40,7%. De esta manera, si bien se mantiene una predominancia de la fuerza laboral masculina en el mercado laboral costarricense, la brecha por sexo se está cerrando gradualmente. (CEPAL, 2020, p.16)

De 2010 a 2019, las mujeres en Costa Rica han representado en el campo del trabajo informal, un crecimiento de aproximadamente el 5%, según datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), esto es de un 43,4% a un 48,2% y está directamente relacionado con las expectativas frustradas de encontrar un trabajo en el sector privado. El Instituto Nacional de Estadística y Censo, INEC (2020), informa que para finales del 2020, a inicios de la cuarentena, el desempleo abierto llegó a 20.0%, con un 16.4% en hombres y 25.2% en mujeres. La tasa de subempleo registró un 25.8% en hombres y un 27.2% en mujeres, mientras que CEPAL (2020) agrega que, se evidencia un aumento tendencial de la informalidad, que representa un 43,6% de los ocupados, 48,2% del total de mujeres ocupadas (p. 20). Estudios como el de la Cámara de Comercio de Chile (2020) muestran que de marzo a junio del año pasado, Perú, Costa Rica y Chile, en ese orden, fueron los países más afectados en el mundo por la pérdida de puestos de trabajo. Toda la recopilación de cifras indican también que dentro de la fuerza laboral que no se ha resuelto en el mercado del trabajo formal e, incluso, informal, el trabajo juvenil y femenino es el más afectado por el impacto de la pandemia. La CEPAL (2020) indica que las mujeres con estudios universitarios incompletos en Costa Rica son especialmente propensas al desempleo en medio de la crisis sanitaria y económica.

Las cifras demuestran inestabilidad y fragilidad pronunciada en un sujeto social que reúne al menos tres características sociodemográficas que definen su acceso al trabajo y el cumplimiento de las expectativas de consumo: pertenece a la población joven, es latinoamericana y es mujer. La inestabilidad creciente para este sujeto social se traduce de manera sistémica en los mecanismos que su generación emplea para afrontar la frustración de las expectativas económicas, como los basados en las posibilidades que ofrecen las innovaciones tecnológicas en el desarrollo de las fuerzas productivas.

La CEPAL (2020) analiza las nuevas ocupaciones emergentes que han llegado a instalarse en el mercado del empleo y la cultura de consumo en Costa Rica gracias a la globalización transnacional. Estos empleos se caracterizan por una regulación incipiente, se ajustan a las demandas éticas fijadas por debates donde la discusión por los derechos laborales, la sindicalización y la estabilidad laboral ha sido desplazada por el respeto a la diversidad, el convertir los espacios y recursos personales en instrumentos de trabajo y liberar

de restricciones estos procesos, a pesar de la resistencia que ofrecen otros trabajadores que realizan el mismo servicio y supervisados por el Estado³.

Si bien estos empleos emergentes no son en su mayoría venta de contenido sexual y no existe al momento datos suficientes para una correlación entre el desempleo femenino y el notable crecimiento de la plataforma OnlyFans (OF) y, con ello, de la mujer como creadora de contenido sexual, el informe de CEPAL (2020) demuestra que la mujer incrementa su reinscripción al mercado del trabajo, aprovechando las plataformas virtuales con una diferenciación marcada como género, pues mientras los hombres se insertan en empleos de transporte y mensajería, las mujeres lo hacen en la venta de servicios online:

El tipo de habilidades que usan los hombres y mujeres en sus trabajos influye en la forma en la que se verán afectados por la automatización. Eso hace que la sensibilidad hacia la pérdida de empleos femeninos en el marco de las transformaciones tecnológicas en curso puede ser ligeramente mayor para las mujeres. (CEPAL, 2020, p.14)

Los datos empíricos sobre el desempleo femenino y la participación de la mujer en los empleos emergentes en plataformas virtuales, podría ser el indicio principal para fundamentar un supuesto de investigación que afirme que las cualidades diferenciadas de la mujer como sujeto social especialmente vulnerada, le convierten en protagonista del crecimiento de los mecanismos de autoempleo mediados por grandes corporaciones cuyas ganancias en crecimiento sostenido en cuarentena se deben principalmente a que la oferente de la mercancía es mujer y su contenido es sexual. La información que relaciona los altos niveles de desempleo femenino y el crecimiento masivo de usuarias y consumidores de OF, se expone, sobre todo, en fuentes periodísticas y testimoniales a nivel global. Diarios como el New York Times (2020) o la Editorial Mujer Analítica (2021), así como medios de Europa como El País (2020), sugieren a partir de entrevistas a investigadores en Ciencias Sociales, que estos dos fenómenos, desempleo femenino y el auge del OF, son fenómenos mancomunados.

El estudio de las representaciones sociales de un grupo de creadoras de contenido sexual que participan en esta plataforma aporta la construcción de argumentos, la visibilización de este proceso desde las mismas protagonistas y sirve para el planteamiento de políticas públicas para el acompañamiento de las mujeres en su búsqueda de inserción y

³ En este estudio, la CEPAL (2020) solo ha considerado los empleos emergentes en plataformas como Uber, Glovo, InDrive, Airbnb y otros que no son de connotación sexual. Se asume el supuesto que el nivel de formalidad y el impacto que han logrado estas plataformas cuenta con registros más detallados y un proceso de formalización avanzado al dedicarse a actividades productivas más convencionales: arriendos, transporte y mensajería, rubros que han sido abordados ya ampliamente por las transnacionales dedicadas al uso de plataformas para el manejo de estos sectores.

reinserción al mercado del trabajo, dando detalle de los riesgos⁴ que pueden experimentar desde antes de su ingreso a los empleos emergentes. Es preciso calcular la cantidad de usuarios de esta plataforma debido al constante incremento de cuentas nuevas cada día. A inicios de 2019, el director de operaciones de la plataforma, Tim Stockley, manifestó para *The West Australian* (2019) que el sitio obtenía alrededor de 3.000 nuevos creadores de contenido por semana, una cantidad que creció exponencialmente en 2020, registrándose entre 7.000 y 8.000 creadores de contenido por día. En 2020, OF crea Hubite, dedicada a elaborar un registro estadístico anual de usuarios activos, suscripciones, clasificación de contenido y consumo por país, en la que se exponen los siguientes datos: Desde sus inicios en 2016 hasta el 16 de diciembre del 2020, la página ha acumulado 98.748.510 cuentas. Existen un total de 97.231.699 cuentas de consumidores activos y se registran 1.517.811 cuentas de creadores de contenido. Del 16 de diciembre del 2020 hasta el 20 de diciembre del 2020, la cifra aumentó a 126.163.064 cuentas de usuarios activos.

La cifra de usuarios totales crece con cada minuto. La descripción oficial de OF (2016), la define como una plataforma de contenido exclusivo por suscripción, en la que los suscriptores o “fans”, entran en un sistema de micromecenazgo, pagan una mensualidad entre \$5 y \$50 dólares para acceder al contenido audiovisual de los creadores de su preferencia. En su pagina oficial sugieren distintas categorías, sin embargo, en ningún apartado existe la categoría de contenido pornográfico o erótico, a pesar de esto, en la publicidad realizada en blogs, páginas y tablodes de internet sobre OF, como por ejemplo VICE España, Semana, El Tiempo, NYTimes, El pais, entre otros, se utilizan las cuentas de mujeres creadoras de contenido sexual para promocionar la plataforma⁵. Cabe señalar que en estos mismos medios de comunicación, el incremento de mujeres que venden su producción audiovisual erótica se ha descrito como efecto de despidos masivos en empresas transnacionales y quiebra de empresas locales como consecuencia de la pandemia.

Costa Rica destaca en la región por sus altos índices de mujeres jóvenes desocupadas, se hace necesaria la pregunta sobre cómo los empleos emergentes de las tecnologías en el proceso de modernización y globalización capitalista, han representado una forma de resolver

⁴ En conversaciones preliminares con mujeres que participan en OF se han podido detectar algunos riesgos asociados a la reproducción del material audiovisual sin consentimiento de la autora o la empresa y a la exposición de la imagen de la creadora de contenido en otras plataformas de uso masivo sin su autorización. Esta investigación busca conocer a profundidad otros riesgos a partir del análisis del discurso y las RS.

⁵ Estas personas deben demostrar su mayoría de edad como requisito para pertenecer a este nivel de creadoras de contenido anunciadas en la propaganda, así como en todas las tipificaciones de su plataforma, sin embargo, los problemas de control de la edad de las oferentes de contenido y consumidores son ampliamente conocidos entre los usuarios por los casos de menores de edad que logran burlar los controles. Esto ha aportado a la polémica en la prensa y el debate público donde se asocia la plataforma a un sitio de prostitución.

la fuerza de trabajo de la mujer costarricense en mercados también emergentes y cómo se convierte en un mecanismo de subsistencia a nivel global frente a la grave crisis económica que la condiciona de manera especial como sujeto social. Importa analizar cómo estos macroprocesos se traducen en la vivencia de las costarricenses del Gran Área Metropolitana, pues en las ciudades capitales es donde históricamente se concentran los procesos económicos más importantes⁶, la urbanidad capitalina refleja las contradicciones más resaltantes del modo de producción en la sociedad civil, en una Costa Rica de acumulación, desigualdad, exclusión, procesos migratorios del campo a la ciudad, informalidad y criminalidad. Las mujeres de la GAM viven inmersas en todos los fenómenos aquí descritos, desde la influencia de los cambios en la cultura occidental que, aunque desfasadas en el tiempo, llegan y transforman las dinámicas propias de la población costarricense que intenta participar de una economía profundamente fragmentada.

Para la psicología, como disciplina de las ciencias sociales, es importante estudiar los nuevos procesos socioeconómicos que condicionan la dimensión psicosocial, lo que Serge Moscovici (1984) reconoce como la sociedad interna, es decir, donde las relaciones que dan vida a la estructura social se introyectan en el marco representativo de los sujetos. En el caso de las mujeres jóvenes costarricenses que se adscriben al mundo de la venta de contenido sexual en la web en plena pandemia, puede ser una suerte de radiografía social del sentido común⁷ que nace en y para el contexto de crisis generalizada en la Costa Rica del siglo XXI que condiciona las motivaciones, expectativas, frustraciones y mecanismos que una generación emplea para subsistir. Esta tarea puede ser abordada desde una teorización de las representaciones sociales que este grupo social diferenciado construye para sobrevivir. Por todo lo descrito, se elige la categoría de contenido sexual o erótico en la plataforma de OF, ya que son las mujeres jóvenes de alta vulnerabilidad social y laboral quienes están protagonizando un tránsito digital activo de sus mecanismos de sustento, basadas en sus propiedades exclusivas de género que condiciona la oferta.

⁶ Según OCDE (2020) la exportación de servicios, es decir, el sector terciario de la producción, es el que mayor ingresos económicos registra con respecto al producto interno bruto y, a su vez, la mayoría de empleos formales se concentran en el sector privado, sobre todo, multinacionales cuyos centros productivos se concentran en el Gran Área Metropolitana.

⁷ Aquí la expresión *sentido común* no refiere al conjunto de actitudes esperables según los parámetros éticos dominantes, sino, más bien, una teoría de lo social construida en los fenómenos a partir de la interacción y lo intersubjetivo.

1.3 Presentación del problema de investigación

OF es un centro de producción capitalista, una empresa que según las cifras⁸, incrementó sus ganancias por la venta de contenido sexual producido y protagonizado por mujeres. El sujeto social del fenómeno del crecimiento económico y la presencia de esta plataforma en la cultura costarricense en medio de la pandemia del COVID-19, es la mujer, sin ella no existe el fenómeno. Estas relaciones entre la acumulación a partir de la crisis que vulnera especialmente a las mujeres y las características del trabajo emergente de la venta de contenido audiovisual de carácter sexual, son los hechos que fundamentan el interés por describir la dimensión psicosocial de las mujeres como sujeto social en este entramado.

Para la Psicología, la que se asume los problemas latinoamericanos como unidad de análisis con el propósito de contribuir a la transformación social de la región, es indispensable generar conocimiento nuevo y contextualizado sobre la experiencia de las mujeres en su tránsito por las crisis que las afectan más a ellas que al resto de la fuerza de trabajo. Las mujeres jóvenes se han convertido, nuevamente, en protagonistas de la sobrevivencia en distintos niveles y estratos, como afirma la OCDE (2019) en su último informe sobre la decadencia de la clase media global. En este escenario desesperanzador, las mujeres jóvenes han optado masivamente por mercantilizar la imagen de su cuerpo hipersexualizado, aprovechando los espacios de autoexplotación que deja a su paso la modernización capitalista y que se permea de nociones de autogestión y supuesta libertad. Los efectos de este drama, de la enajenación extrema del cuerpo y la sexualidad de las mujeres, es de total interés para las ciencias que estudian el mundo simbólico de la sociedad. Este estudio asume esta responsabilidad para con esta población y se concreta en la siguiente pregunta problema:

¿Cuáles son las representaciones sociales que construyen un grupo de mujeres creadoras de contenido sexual sobre la experiencia de practicar esta actividad comercial en la plataforma OnlyFans en Costa Rica?

1.4 Objetivos

Objetivo general:

⁸ Ver el apartado de Justificación.

Analizar las representaciones sociales que tienen las mujeres creadoras de contenido sexual sobre el comercio de contenido sexual digital en la plataforma OnlyFans.

Objetivos específicos:

1. Describir los conocimientos que componen la dimensión de información de las representaciones sociales que construyen las creadoras de contenido.
2. Identificar las actitudes que orientan el sentido de las representaciones sociales en el contexto de la plataforma OnlyFans.
3. Reconocer la organización del campo de representaciones en el discurso de las participantes.

CAPÍTULO II. CONSTRUCCIÓN TEÓRICA DEL OBJETO DE ESTUDIO

REFERENTE CONCEPTUAL REPRESENTACIONES SOCIALES Y SISTEMAS COMPLEJOS

Sobre el desarrollo epistemológico de las RS

La crisis de la filosofía especulativa y, más adelante, del positivismo en el siglo XX⁹, despertó el auge de la epistemología constructivista sistémica con representantes como Piaget. El constructivismo demuestra empíricamente¹⁰ que el conocimiento del mundo material y simbólico es una construcción de esquemas de asimilación y acomodación que se da entre el sujeto y la realidad, un principio general en todo proceso cognoscitivo desde el aprendizaje temprano del individuo hasta la elaboración de los sistemas de la ciencia. Bajo esta perspectiva, Serge Moscovici (1984), retoma la teoría sociológica del conocimiento, en específico, las representaciones colectivas de Durkheim, y, según Cossi, E. & Recchia, V. (2004), agrega que estas no son esquemas preexistentes a la interacción o a la psicología individual del sujeto, sino que, justamente, nacen de la interacción social. Por esto, las representaciones sociales son construcciones cognitivas y simbólicas que nacen en y para el fenómeno social: el conocimiento del *sentido común*¹¹, cuya función es hacer posible la comunicación en los grupos sociales. García (2006), retoma la teoría de esquemas representacionales y las explica como sistemas auto-organizados cuyos fenómenos tienen forma de relaciones: un sistema complejo cognitivo que incluye aspectos físicos, biológicos, sociales, económicos, políticos y otros subsistemas que son importantes para psicología social como los sistemas de creencias, las representaciones y los imaginarios colectivos, que es lo que interesa en este trabajo investigativo.

Las RS de Moscovici (1984), son esquemas psicológicos socialmente contruidos, autoorganizados por la interacción humana y con propiedades que la distinguen de otro tipo de sistemas como la actitud que asume lo representado, las relaciones de poder y la estructura

⁹ Los conceptos de espacio, tiempo, causalidad y materia cambiarían radicalmente en el siglo XX por el impacto de la teoría de la relatividad, la mecánica cuántica y la termodinámica.

¹⁰ Los resultados de las investigaciones de Piaget conforman la teoría de la psicogénesis del conocimiento.

¹¹ Este término no refiere a ninguna cuestión valórica moral, sino que Moscovici lo utiliza para designar a una totalidad conformada por el conjunto de las representaciones sociales que organizan la vida colectiva.

social reflejadas en las representaciones, la vivencia de los sujetos sociales y su narrativa simbólica. Los sujetos sociales se relacionan según la representación social, autoras como Jodelet, D. (1986) indican que las RS se construyen para lograr objetivos por medio de la creatividad del colectivo¹², propicia los procedimientos y asigna roles para la vida en la cultura influyendo en el comportamiento social. Las RS, entonces, modifican el funcionamiento cognitivo, la memoria colectiva, organizan la percepción de los sujetos, resumen las transformaciones dentro del fenómeno, generaliza las descripciones, produce nuevos símbolos y códigos, y sintetizan en una *imagen* las relaciones históricas, el pensamiento y la ideología del grupo social que las construye.

Las representaciones sociales como referentes del fenómeno OnlyFans

La experiencia de las mujeres en las plataformas de comercio de material audiovisual de contenido sexual (PCMACS) como OF, se concibe como un sistema interdefinido por las condiciones socioeconómicas y culturales que hacen posible este fenómeno social y los esquemas de aprehensión que se construyen en la psicología de las mujeres creadoras de contenido como un fenómeno representativo. Conocer las RS significa tener conocimiento de las teorías colectivas que las participantes construyen para explicar su realidad como un hecho social, en tanto mujeres y su lugar en el mercado del trabajo condicionado por dinámicas de clase, género y etnicidad. Las RS sobre esta actividad deben dar cuenta del sistema de referencias y las imágenes cognitivas integradas que conforman el trasfondo psicosocial y el bagaje cultural que la organiza para entender de qué modo los cambios de procesos como la globalización del mercado y el tipo de modernidad que propicia, configura las identidades y la cognición social de las mujeres participantes, esto es, en la interdefinición de lo social y lo psicológico: lo psicosocial.

Profundizando en la dinámica de estructura social y la formación de la conciencia, el materialismo histórico de Marx (1867) explica la conciencia como una representación de las condiciones de existencia en la consciencia humana, pero “no como una representación caótica de un todo, sino como una totalidad rica de múltiples determinaciones y relaciones” (Marx, 1857, p. 21). La *existencia social* refiere a las condiciones en las que se desarrolla la vida en determinado modo de producción, en este caso, el capitalismo neoliberal y transnacional, y las RS forman la *conciencia social*, es decir, la concepción teórica y auto-interpretativa nacida de la interacción que sirve para significar la existencia social. La

¹² En los términos en los que Noam Chomsky y la teoría generatriz entiende la creatividad como propiedad humana.

base de estos procesos son la capacidad cognitiva humana, pero sus mecanismos y funciones pertenecen al campo psicosocial que, según Moscovici (1984) es la ciencia del conflicto entre el individuo y la sociedad. Podríamos añadir: de la sociedad externa y de la sociedad que lleva dentro (p. 18). Las RS funcionan aquí como el conjunto de elementos cognitivos, simbólicos y de otros procesos mentales emergentes, que sirven para significar la realidad de manera colectiva y hacer posible la vida de los sujetos en la cultura. La relación entre las representaciones se constituye como una totalidad que se auto-organiza: un sistema. En este estudio, el contexto donde se construyen las RS es en el mercado de material audiovisual de contenido sexual, en el contexto específico en donde se hizo posible comerciar con la sexualidad femenina y sus manifestaciones eróticas de modo que representó el auge de la plataforma OF en Costa Rica, un fenómeno económico mediado por factores culturales, geográficos, legales, entre otros descritos en la teoría de Economía Sexual¹³ y sus interrelaciones a descubrir en el discurso de las participantes.

Este es un recorte de la realidad que se entiende como un sistema complejo, el que Rolando García (2006) define como un conjunto de elementos heterogéneos cuya propiedad es la *interdefinición*, es decir, que sus elementos no solo intercambian información, sino que se determinan mutuamente. “Los elementos del sistema suelen constituir "unidades" también complejas: subsistemas (...) sus subsistemas pertenecen a los "dominios materiales" de muy diversas disciplinas”. (García, 2006, p. 33-50), esto es importante porque supone que para explicar un fenómeno el fenómeno representativo desde los actores sociales es indispensable elementos teóricos de distintas disciplinas y las RS ya conforman explicaciones de orden sociológico y psicológico, con la capacidad de abarcar los fenómenos económicos, culturales, políticos, antropológicos y de otros dominios que se manifiesten en las representaciones. Los sistemas complejos aportan un método para investigar y analizar la realidad social, identificando la intensidad de flujos entre subsistemas, niveles de fenómenos, condiciones de contorno (límites y alcances), la autoorganización, el equilibrio, jerarquías de procesos y otros elementos de lo complejo¹⁴. Serge Moscovici (1984) describe las RS como un *corpus organizado del conocimiento*, “una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios” (p.18). Significa que el *conjunto de la realidad representada* es un sistema que sirve para que los sujetos sociales puedan comunicarse en las condiciones

¹³ Ver apartado del Marco Teórico.

¹⁴ Edgar Morin (2001) explica etimológicamente y desde la filosofía lo complejo como aquello que está abarcado, enredado y abrazado, del latín *complectere*, y aquello que está completamente entrelazado, del latín *complexus*.

específicas de los fenómenos en donde viven inmersos. Moscovici circunscribe el subsistema de las RS en el sistema del *sentido común*. Jodelet (1986) afirma que se trata de la síntesis de “la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados (...) una *forma de pensamiento social*” (p. 474). El sentido común no es el conjunto de normas morales y valores que se pretenden aplicables y comunes a la sociedad en su conjunto, sino más bien, un conjunto de teorías sobre la vida social que toman sentido pleno dentro del fenómeno en donde fueron construidas.

Los procesos de construcción de las RS en el fenómeno social

Según Villarroel, G. (2007), en su revisión sobre las RS en la investigación social, son dos procesos los que evidencian el papel activo del sujeto social en la esquematización de su realidad: la *objetivación*, que selecciona y descontextualiza los elementos abstractos para formular imágenes (concretar) y así construir un modelo figurativo basado en una teoría: el sentido común. Y el *anclaje*, que refiere a cómo se liga la RS al marco referencial del colectivo donde nace para actuar sobre esa misma realidad, pero ahora como un instrumento interpretativo que acomoda las nuevas teorías a la jerarquía de valores sociales, así el objeto social pasa a ser instrumento (Muñoz, 2019, p. 89). Los componentes de una RS son: la *actitud*, que es la orientación del sentido valorativo que porta una representación sobre los elementos; la *información*, que es el conjunto de conocimientos que utiliza un grupo social logrados a partir de su experiencia en el fenómeno; y el *campo de representación*, que “Remite a la idea de imagen, de modelo social, al contenido concreto y limitado de las proposiciones que se refieren a un aspecto preciso del objeto de la representación. (Moscovici, 1984, p. 46). Investigadores en Costa Rica como Muñoz (2019) explican que los tres elementos se conjugan en compleja interdependencia con procesos específicos pero basados en una sola red de significaciones (sistema complejo) cuya *sensación mental* llega gracias al campo de representación.

La teoría de las RS ofrece actualizaciones importantes, como la de Vasilachis, I. (2003) donde explica que las representaciones conforman una epistemología del sujeto cognoscente, estas pueden referir al colectivo cuando la descripción viene de sus miembros, también puede reducirlo de manera estereotipada y, en casos extremos, privar de identidad a sus miembros. Para entender cómo estos procesos ocurren en la colectividad de mujeres creadoras de contenido, es necesario revisar su discursividad, considerando los mecanismos de objetivación y anclaje, en interacción con las dimensiones.

Araya, S. (2002), describe el concepto de objetivación como el proceso por el cual se manifiesta la incidencia de la estructura social en la formación de las RS, lo que influye también en la emergencia de nuevas representaciones. Se trata de concretar conceptos abstractos y generales y materializarlos en experiencias, como el léxico y la comunicación. Para esto, Jodelet (1984) considera tres momentos: 1; la construcción selectiva, que retiene y organiza los elementos descontextualizado sus significados y en relación a criterios culturales asumidos por la colectividad. 2; un esquema figurativo, que sintetiza los elementos en imágenes experienciales, pasando de lo abstracto al código, y, 3; la naturalización de la representación que abandona su abstracción original y se vuelve autónoma en y para el fenómeno. Con respecto al anclaje, se describe como un proceso de incorporación de elementos representacionales externos y disonantes a una red de esquemas previos con significados ya asimilados. La incorporación se logra cuando se inserta un elemento a un marco preexistente y luego se instrumentaliza para su uso en la vida cultural dentro del fenómeno.

Esta dinámica es la que dota a las representaciones sociales de su particularidad y de sus dimensiones características. Según Vala, J. (1996), las tres dimensiones de las RS responden al papel activo del sujeto cognoscente en la formulación de su propia epistemología, de la fundamentación de su conocimiento. La actitud, señala el autor, es la naturaleza afectivo-colectiva que hace posible el posicionamiento social del sujeto frente al hecho, se manifiesta en sus intereses grupales e individuales, en la dimensión evaluativa, los juicios de valor y depende del ejercicio de su voluntad. La información, es la dimensión que hace posible la organización del conocimiento sobre el hecho, el colectivo debe conocer el hecho al punto que pueda formular afirmaciones significativas sobre su naturaleza y sus elementos, esto se materializa en la constancia de las comunicaciones. El campo de la representación, responde a un modelo social ya constituido, una organización jerarquizada de las demás dimensiones y se denota en las formas significativas que el grupo emplea para reproducir su visión e interpretación del mundo. Estos mecanismos generales de formación de las RS y sus dimensiones son las que permitirán entender el mundo psicosocial y la epistemología del sentido común de las mujeres creadoras de contenido. Como señala Sandoval (1997), comprender estos esquemas de asimilación y acomodación colectiva, permite entender de manera científica y con la menor posibilidad de sesgos investigativos la forma en que comprenden, valoran, comunican y, en consecuencia, actúan las protagonistas del fenómeno del OF.

Psicología social y perspectiva de género: hipersexualización en el capitalismo neoliberal

El trabajo de Palacios (2014), doctora en Psicología de la Universidad Autónoma de México, ha analizado a profundidad la relación causal entre la construcción de representaciones sociales y la discriminación por sexo que se naturaliza en la marcada e histórica desigualdad y opresión sistémica de género. Las RS, según este análisis, reproducen los modos de vida y de relación en nuestra sociedad capitalista y patriarcal donde el sexo, la violencia de la sexualidad y el cuerpo mismo de la mujer son objeto de representación para la práctica cotidiana, por esto no es casual que ante una crisis económica y sanitaria como la pandemia del Covid-19, estas representaciones hayan permeado el fenómeno del OnlyFans como mecanismo de sobrevivencia económica, ideologizando y naturalizando distorsiones sobre la identidad psicológica y social de las mujeres. Al respecto, Ana de Miguel (2015), explica que la desigualdad de género y la violencia patriarcal, toman nuevas formas de reproducción y aceptación con cada etapa de evolución del capitalismo, siendo el neoliberalismo, el escenario donde se exalta la pretendida libertad de elección, lo que la autora llama “el patriarcado del consentimiento”.

En el neoliberalismo, la hipersexualización y mercantilización del cuerpo cosificado de la mujer pone a disposición del mercado todas las representaciones asignadas históricamente a los sexos, las redes sociales y las plataformas virtuales son espacios de reproducción que funcionan en acorde con la lógica patriarcal. Las mujeres latinoamericanas, creadoras de contenido en OF, están adscritas en la cultura popular y mecanizadas en la industria del entretenimiento donde sus cuerpos están a disposición del consumo mayoritariamente masculino. No es casual tampoco que la polémica en torno a los empleos emergentes de este tipo hay resonado como un debate al interno del movimiento social feminista, donde una posición alega que esta práctica es prueba de empoderamiento y autogestión protagonizada por mujeres y la otra afirma que tal consentimiento es solo una faceta ideológica de la auto-explotación y el mercantilismo a ultranza donde la enajenación del cuerpo y la sexualidad femenina son mercancías movilizadas por la modernización tecnológica. En esta dinámica, se proyectan las relaciones de poder y mandatos de género que se consideran naturales y que instituyen normas latentes en la producción del material audiovisual logrado por las mujeres, pues como señala Michael Foucault (1973), el poder produce prácticas y discursos.

El género como sistema sociocultural, produce significados que condicionan la experiencia y la afectividad de las mujeres en el sentido común que las envuelve. En este

sentido, la psicología social, desde la perspectiva de Ignacio Martín Baró (1982), permite analizar la estructura del poder establecido desde una óptica latinoamericana que enmarcan los intereses de las personas que viven la discriminación y la desigualdad como parte de la violencia sistémica. El objetivo de construir una psicología desde la realidad propia de grupos oprimidos como las mujeres de latinoamérica, en este caso, de las jóvenes que encuentran en las plataformas virtuales el vehículo para mercantilizar su sexualidad y sus cuerpos ante la abrumante desventaja económica y social que recae sobre ellas en nuestra sociedad, permite crear un sistema explicativo contextualizado y basados en esquemas perceptivos propios de las protagonistas. Al ser el objetivo de la psicología social el describir los cambios sociales reflejados en la psicología colectiva, la teoría de las representaciones sociales es complementaria y necesaria puesto que el conocerlas permite dar sentido a las prácticas sociales y, con ello, configurar los códigos de intercambio común, desmitificando estereotipos, percepciones reduccionistas y prejuiciadas que no hacen más que reproducir la violencia estructural en contra de la mujer que sobrevive en la crisis del capitalismo neoliberal y la pandemia. Las representaciones sociales, tienen potencial transformador.

MARCO TEÓRICO

Capitalismo neoliberal y mercancía sexual en OnlyFans

El neoliberalismo es, según Chomsky (2014) y Harvey (2007), un estadio donde la figura del Estado se reduce a un órgano garante del crecimiento de los grandes capitales en detrimento de las garantías para la sociedad civil. Según Marx (1867), el capitalismo tiende a la baja¹⁵ de su tasa de ganancia global y se mantiene en constante crisis con episodios de relativo crecimiento, gracias a incorporación de avances científicos y tecnológicos a la esfera de producción de mercancías y a la expansión de los mercados, lo que Baraona (2017) explica como la modernización y globalización capitalista, respectivamente. Cada uno de estos movimientos del capitalismo tiene serias consecuencias en la sociedad civil: desde despidos masivos hasta guerras. La *flexibilización laboral*, el deterioro de los sindicatos y el estancamiento de los salarios, lo que algunos autores llaman *la precarización del trabajo*, ha generado grandes masas de desocupados que generan mecanismos para subsistir. Existen quienes se valen de los espacios que crean las tecnologías que modernizan las posibilidades

¹⁵ Ley de la baja tendencial de la tasa de ganancia del capitalismo.

de consumo, para poder autogestionarse un empleo o adscribirse a un empleo emergente asociado a la economía digital. Las personas que logran una ocupación, aportando sus propios medios de trabajo que las empresas exigen, por ejemplo: automóviles, propiedades para alquilar, teléfonos inteligentes, bicicletas o equipo audiovisual. En el caso de OF, se entrega la mercancía ya realizada para poder acceder a un empleo donde los empleadores no asumen mayores responsabilidades patronales, pues gozan de fuerza de trabajo libremente asociada a la empresa.

Marx (1867) describe la mercancía como trabajo humano acumulado cuyo objetivo es resolverse en el mercado. Desde el siglo XII, con el desarrollo del capitalismo mercantil se fundamenta el valor de las mercancías en su precio de mercado y no en el trabajo acumulado en su creación, mientras la remuneración encubre este proceso de explotación. En Costa Rica, OF se sostiene por dinámicas del capitalismo del siglo XXI, el proceso de modernización transforma el marco existencial y conforma una metacultura donde, según Baraona (2017), predominan los valores del mercantilismo, consumismo y el tecnologismo a ultranza en una dinámica de corporativización de la vida y por ende, su banalización en medio del deterioro de las garantías sociales. La mercantilización de la sexualidad está permeada por la digitalización del mercado, contradicciones socioeconómicas y culturales:

La fuerza de trabajo de las mujeres se materializa en la producción audiovisual: fotografía, grabación, edición, suscripción a la plataforma y publicidad. La mercancía es el contenido audiovisual que se resolverá en el mercado a partir de la imagen proyectada del cuerpo hipersexualizado de las creadoras¹⁶ a cambio de solo un porcentaje del dinero logrado. Los instrumentos de trabajo son las cámaras, vestuario, el internet y otra tecnología. El gran medio de producción es la plataforma virtual que resuelve la mercancía en el mercado, permitiéndole a las mujeres vender su fuerza de trabajo materializada a cambio de un porcentaje del dinero logrado, la parte del capital que el capitalista (dueños de OF) invierte como capital variable, lo que para las mujeres creadoras de contenido es: *monetizar* en la web. Esta mercancía producida por las creadoras de contenido puede ser erótica o sexual explícita, Tello (1992) explica esta categorización: lo erótico es evocación o sublimación conciente o inconciente del hecho sexual, lo sexual explícito: como muestra y exhibición plena de actos sexuales. Según la Teoría de la Economía Sexual de Murphy (2020), las mujeres reconocen el valor de su sexualidad dentro de la economía e históricamente han restringido el acceso a dicha mercancía, con el objetivo de aumentar su valor. Se cuestiona si

¹⁶ De hecho, es muy ilustrativa la denominación de “creadoras de contenido” porque sugiere que la mercancía tiene su origen en la fuerza de trabajo creadora de donde emerge, tiene su origen en la mujer.

existe un consentimiento real o válido, si las mujeres que ingresan al trabajo sexual están siendo motivadas por la coerción económica, en un marco capitalista y patriarcal en donde la mercantilización del sexo es la única respuesta económica posible al capitalismo que las vulnera en tanto mujeres pobres o desempleadas, cuya única mercancía a resolver en el mercado es su propio cuerpo y sexualidad.

Only Fans: plataforma de comercio de contenido audiovisual sexual

OF es una plataforma de contenido por suscripción, facilitando a sus usuarios (consumidores) adquirir material audiovisual privado de aquellos perfiles (creadores de contenido) que deseen seguir mediante un pago mensual que varía entre los \$5 y \$50. La variedad del contenido puesto en venta por los distintos perfiles van desde tips de cocina, hogar, plantas y maquillaje hasta la categoría de contenido sexual, por lo que el precio de las suscripciones las definen tanto los creadores como la naturaleza de su contenido. Con la pandemia, la plataforma tomó notoriedad al punto de registrar más de un millón y medio de creadores de contenido, mujeres jóvenes casi en su totalidad. Se convierte así en una fuente de empleo emergente de las tecnologías actualizadas en el proceso de modernización y globalización capitalista, representando una forma de resolver la fuerza de trabajo de la mujer costarricense en mercados también emergentes. Esta plataforma es un gran medio de producción puesto que potencia el alcance de las mercancías en el mercado gracias a que es propietaria de recursos informáticos, servidores, servicios de programación, software, patentes y otros recursos privados¹⁷ que le permiten comprar fuerza de trabajo y mercancías ya elaboradas para venderlas y obtener porcentajes de ganancia de millones de videos sin necesidad de crear valor y solo transfiriendo el valor de sus recursos digitales¹⁸ al ya realizado por las mujeres. Interesa saber cuáles son las diferentes experiencias de las mujeres en esta dinámica de explotación capitalista¹⁹ que están condicionadas por factores de la subjetividad y su construcción histórica con respecto al cuerpo de las mujeres.

Mujeres jóvenes como sujeto social

El centro del auge de las PCMACS, son las jóvenes. Esta investigación busca explicar cómo se construyen las RS en un contexto determinado, en Costa Rica, en un período de cambios económicos, tecnológicos y sociales. Costa Rica es el segundo país más afectado en

¹⁷ Estos recursos son conocimiento producto de investigación universitaria financiada con fondos públicos. Al respecto, Cozzi & Galli (2021) describen cómo desde la década de 1980, las corporaciones condicionaron la producción de este conocimiento, condicionando a las universidades estadounidenses a las fuerzas del mercado.

¹⁸ Estos recursos deben entenderse como el capital constante que describe Marx (1867) en tanto la parte del capital que se transforma en medios de producción que le transfieren su valor a la fuerza de trabajo.

¹⁹ Aquí la explotación no es el abuso y desgaste de la fuerza de trabajo, sino lo que respecta a la creación de plusvalía a partir del trabajo ajeno, este último recibe una remuneración monetaria que representa un valor menos al que produjo en la mercancía.

pérdida de empleos a nivel mundial en tiempos de pandemia, superado solo por Perú, en primer lugar (Cámara de Comercio de Chile, 2020). Las mujeres son quienes tienen el porcentaje más alto en desempleo, subempleo en Costa Rica (INEC, 2020), y de trabajo informal. Son las mujeres jóvenes con estudios universitarios incompletos, la población más empujada al desempleo durante la pandemia (CEPAL, 2020). Este también es el perfil de la mayoría de creadoras de contenido en la categoría o sexual, pues presentan las siguientes características: tienen acceso limitado al mercado formal de la fuerza de trabajo, tienen una mayor participación en empleos emergentes e informales y son especialmente vulnerables a los fenómenos que agravan la crisis económica. Cebrián y Moreno (2018) explican la relación entre el rol de género femenino y el desempleo. Factores como la maternidad, roles de género y estereotipos sobre la división sexual del trabajo, limitan a las mujeres al introducirse al mercado laboral formal. Esto significa que las mujeres están sujetas a distintas barreras sociales y económicas que le dificultan en menor o mayor medida la posibilidad de vender su fuerza de trabajo. Desde la perspectiva de la interseccionalidad de 1980 desarrollada por el feminismo negro de los Estados Unidos, se explica cómo las mujeres están sujetas a más de un factor que incrementa la posibilidad de ser excluida, marginada, subestimada, despreciada y/o vulnerada.

Economía política del trabajo sexual digital: ¿Autonomía o explotación?

Diversos autores han afirmado que el modo de producción capitalista ha dado paso a una etapa diferente de la economía global determinada por la incorporación de plataformas virtuales y tecnología digital al capital constante —aquella parte de la composición orgánica del capital que involucra la maquinaria y la infraestructura— de grandes corporaciones del mercado de la big data, smart politics y, en general, del comercio de distintas mercancías de consumo doméstico por medio de la virtualidad.

De acuerdo con el marco teórico de esta investigación, no se asume la tesis de autores como Varoufakis (2024) que anuncian la emergencia de un *tecnofeudalismo* donde el modo de producción capitalista será desplazado por formas de explotación digital ejercida desde grandes y múltiples centros de poder económico. En la misma línea, otros autores aplican estas nociones al auge del comercio digital de contenido sexual, indicando que la emergencia de OnlyFans debe contextualizarse obligatoriamente en la evolución del capitalismo neoliberal hacia un capitalismo de plataformas (Smicek, 2017), cuyo desarrollo se da mediante la *economía gig*. Como señalan Woodcock y Graham (2023), esta economía se caracterizaría por un sistema económico en el que: “las plataformas digitales actúan como

intermediarias para facilitar el trabajo bajo demanda, a corto plazo, por tareas, creando mercados laborales en los que el trabajador es clasificado como un contratista independiente” (p.1081).

Según la línea teórica que asume esta investigación, tanto la actividad de las mega corporaciones digitales y la emergencia de plataformas virtuales de comercio, están inmersas en la lógica del capitalismo y de ningún modo superan la estructura de este modo de producción sino, más bien, lo modernizan incorporando la tecnología más avanzada al mismo sistema de explotación de la fuerza de trabajo solo que con medios de producción renovados.

La discusión involucra también analizar cómo la modernización capitalista ha transformado el trabajo de los sectores más amplios y precarizados de la población global y cómo el neoliberalismo ha servido de marco político-económico y discursivo para asociar las nuevas formas de explotación a una concepción de libertad laboral. Este conjunto de trabajos emergentes en la era digital han sido bautizados como economía gig (economía corta o momentánea) o uberización de la economía, tienen la característica de ser empleos donde el trabajador aporta sus propios instrumentos de trabajo y asume todos los riesgos en la dinámica comercial. Esto, lejos de superarlo, es coherente con el patrón neoliberal de reducción de las regulaciones y fiscalización estatal puesto que libra a los grandes capitalistas de asumir responsabilidades y les permite reducir el costo de producción de mercancías.

Algunos ejemplos de plataformas que representan bien la economía gig son Only Fans, Uber, Didi o Airbnb, pues ejecutan su función como empresas intermediarias entre los trabajadores autogestionados y los consumidores. En esta dinámica, el lenguaje sirve para tergiversar la supuesta libertad con la que laboran productores de las mercancías y se les asigna la denominación de “socios” de la corporación, poniendo el acento en la independencia con la que los trabajadores pagan por el derecho de colocar el producto de su trabajo en las plataformas y omitiendo lo central que es la evasión de responsabilidades patronales. Cabe mencionar que este modelo implica que todos los riesgos son externalizados hacia “el socio proveedor” en este caso, las mujeres creadoras de contenido. (Gandini, 2021).

En este sentido, el debate sobre si Only Fans, en tanto plataforma de la *gig economy*, representa un oportunidad para el empoderamiento de las mujeres creadoras de contenido sexual o si, por lo contrario, es solo una forma digitalizada de explotación del trabajo sexual femenino y de su imagen erotizada. Estudios cualitativos como el de Hamilton et al. (2022), defienden la postura de que la plataforma es un espacio que ofrece oportunidades de aceptación social, control de los límites con los consumidores, manejo de la privacidad y superación de las barreras económicas que impuso la pandemia.

Por supuesto, estudios como el mencionado, no pretenden enmarcar sus resultados en un análisis desde la economía política y se dedican a caracterizar las motivaciones prácticas de las mujeres participantes. Sin embargo, del otro lado del debate, es preciso reconocer que en Only Fans, tanto el cuerpo como la sexualidad femenina se convierten en la mercancía central; la plataforma actúa como el gran medio de producción digital, mientras que las creadoras de contenido aportan el capital variable, es decir, su cuerpo, su tiempo, sus recursos y energía.

La narrativa de la autogestión y el emprendimiento encubren una relación laboral precarizada donde la plataforma se apropia del 15% y hasta del 20% de las ganancias generadas por las creadoras de contenido, externalizando costos y riesgos, pero colectivizando las ganancias (Farvid, 2020). Este modelo prospera en contextos de oportunidades laborales desiguales y de feminización de la pobreza, donde las crisis económicas y sanitarias empujan a las mujeres a buscar estrategias de supervivencia económica en espacios digitales (Organización Internacional del Trabajo, 2021). La motivación económica de estas mujeres no es una elección libre, sino una respuesta condicionada por la coerción económica (Murphy, 2020).

Subjetividad, agencia y los límites del capital erótico

La teoría de las representaciones sociales (RS), propuesta por Moscovici (1984), es el marco para comprender cómo las creadoras de contenido digital procesan, significan y le dan sentido a la experiencia de comerciar su imagen sexualizada. Las RS son sistemas de valores, ideas y prácticas que permiten a un grupo social construir una realidad común y facilitar la comunicación (Jodelet, 1986).

Un proceso para la construcción de una representación social es la objetivación: transformar conceptos abstractos, como por ejemplo, “emprendedora digital”, “autonomía financiera” y “prostituta”, en imágenes y esquemas concretos que organizan la realidad. El otro mecanismo esencial es el anclaje: integrar estas nuevas experiencias en sistemas de significados preexistentes, como los mandatos de género o la moral sexual tradicional (Villarroel, 2007).

En este trabajo se evidencia la contradicción experimentada por las creadoras de contenido, quienes describen su trabajo como una labor que requiere conocimientos en marketing, fotografía y atención al cliente, sin embargo, al mismo tiempo, esta labor que requiere de múltiples habilidades debe mantenerse en secreto o, en su defecto, manejarse de la manera más discreta posible. (Gomez y Harris, 2020)

Desde una perspectiva de género, es útil analizar el concepto de capital erótico desarrollado por Hakim (2010) quien sostiene que, además de capital económico, social y cultural, este cuarto tipo de capital reúne el atractivo sexual, la belleza, el carisma, el encanto y las habilidades sociales como herramientas estratégicamente utilizadas como un recurso para ascender socialmente, especialmente por aquellos que carecen de los otros 3 tipos de capital.

Para muchas creadoras, la plataforma representa una oportunidad de resolver estas características en dinero —o, monetizar, como se dice en el argot de esta actividad— de manera directa, ejerciendo una agencia sobre su cuerpo e imagen que puede experimentarse como subversiva y empoderante dentro de un sistema neoliberal que les ofrece pocas alternativas (Bishop, 2021)

La socióloga Ashley Mears (2020) en su análisis de las modelos e influenciadoras, introduce el concepto de *capital de las chicas*. La autora observa que el valor simbólico de una mujer joven y atractiva a menudo no se traduce en un poder real utilizado específicamente por ella y para sus objetivos propios, sino que es consumido para aumentar el estatus de otros, como por ejemplo, hombres, marcas y eventos. El poder real sigue siendo de quienes controlan los medios de producción y —luego de su filtración en el mercado de contenido sexual— es de los consumidores, es decir, de aquellos que miran, invitan y seleccionan en el catálogo de mujeres los videos de la plataforma y nutren así los algoritmos que priorizan ciertos cuerpos por sobre otros. Lo que inicialmente se presentó como la oportunidad de agenciar y monetizar el capital erótico, recae en la misma lógica estructural del patriarcado y el capitalismo, donde la belleza es un bien comercializable mas que se intercambié y del que otros se beneficiaron (Jones, 2021). Y es precisamente esta ambivalencia la que genera un debate en el feminismo contemporáneo sobre el trabajo sexual digital, ya que por un lado, encontramos la narrativa de una experiencia subjetiva de empoderamiento y autonomía, mientras que, por otro lado, salen a relucir las estructuras objetivas de explotación.

CAPÍTULO III.

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de estudio y Metodología

El enfoque elegido es cualitativo, pues importa describir un fenómeno complejo, cuyos elementos están interdefinidos, no son descomponibles y que solo pueden ser estudiados como un recorte arbitrario de la realidad. Estudiosos de la epistemología de la investigación como Martínez (2006), explican que toda metodología responde a una corriente epistemológica y que en el caso de la investigación cualitativa, es fundamentalmente sistémica, porque estudia las múltiples determinaciones que componen un fenómeno y sus relaciones en tanto unidad de análisis.

La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones. De aquí, que lo cualitativo (que es el todo integrado) no se opone a lo cuantitativo (que es sólo un aspecto), sino que lo implica e integra, especialmente donde sea importante. (p. 128)

El estudio de estas relaciones responde al paradigma interpretativo que reconoce al sujeto cognoscente como esencialmente interpretativo, pero que dicha acción interpretativa tiene un límite en la realidad empírica que intenta conocer, en la información que los sujetos sociales aportan para describir su realidad. La interpretación se entiende como una propiedad humana ineludible en cualquier proceso investigativo y la experiencia humana su marco descriptivo. En razón de conocer las RS de mujeres que participan en las PCMACS, interesa es entender las múltiples relaciones de donde emergen las representaciones, esto puede ser una gama de interpretaciones coherentes con el marco referencial, pero que no tendría justificación empírica si no se basa estrictamente en las interacciones.

El método de este estudio es el análisis crítico del discurso (ACD) que permite conocer las RS de las participantes mediante su narrativa. Conocer cómo perciben, entienden e interpretan su realidad solo es posible mediante un análisis crítico de la descripción que realicen individual y colectivamente. Santander (2011) asegura que el ACD permite acciones sociales para analizar la realidad social. Dada la opacidad que naturalmente acompaña a los

procesos discursivos, el análisis no sólo es útil, sino que se hace necesario para comprender los fenómenos más complejos del orden social. Tiene sus inicios, según Van Dijk (1999), en la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt, previo a la Segunda Guerra Mundial. Según Martinelli, Ledesma y Valobra (2014), es una perspectiva de análisis promovida por una red internacional de investigadoras/es a comienzos de 1990.

Van Dijk (1999) explica el ACD como una investigación analítica que estudia el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político. (p.1) Pardo y Neyla (2012) agregan que su núcleo de reflexión es siempre un problema social relevante para la comunidad en la cual se produce el discurso. Van Dijk (1999) rescata ocho principios: 1- El ACD trata de problemas sociales, 2- Las relaciones de poder son discursivas, 3- El discurso constituye la sociedad y la cultura, 4- Hace un trabajo ideológico, 5- El discurso es histórico, 6- El enlace entre el texto y la sociedad es mediato, 7- El análisis del discurso es interpretativo y explicativo, y 8- El discurso es acción social.

Santander (2011) menciona que no existen pasos para aplicar el ACD, sino, varias propuestas planteadas por distintos autores en función de su investigación y sus objetivos. Van Dijk (2000), sugiere el ACD es como se procesan los datos verbales en las entrevistas, por lo que es importante considerar una serie de elementos al momento de interpretar: La intencionalidad, la perspectiva, interacción, el contexto, el manejo del poder, la ideología y la acción. Muñoz (2019) destaca que no significa que dichos elementos aparezcan en el orden de estas fases, sino que se identificarán a conveniencia del análisis según la jerarquía y orden de las representaciones en el discurso, son lo que Van Dijk (2000) explica cómo “el potencial ideológico de los sistemas de categorización implícitos en determinados vocabularios: maneras particulares de “lexicar” la experiencia” (p.14)

3.2 Categorías de análisis

Actitud de una representación social

Definición: es la orientación global de las estructuras afectivo-colectivas que asume cada representación social, su significado valorativo construido en consenso y los comportamientos que produce en las mujeres creadoras de contenido.

Categorización operacional: a) valoraciones b) intereses grupales c) posicionamiento d) juicios de valor

Información de la representación social

Definición: es el tipo de organización de los conocimientos sobre el fenómeno del OF y la experiencia como mujeres inmersas en este tipo de empleos emergentes. Involucra la cantidad y calidad de datos que poseen las participantes sobre la realidad en sus prácticas cotidianas.

Categorización operacional: a) afirmaciones significativas b) identificación de temas c) calidad d) cantidad de información.

Campo de la representación social

Definición: son modelos estructurados, integrados y jerarquizados de cada representación social que las participantes asumen como imágenes ya predeterminadas por su uso en el fenómeno del OnlyFans como referencias estables y esquemas figurativos que forman parte del conjunto de sus elementos simbólicos.

Categorización: a) jerarquías b) sistemas de creencias c) significados globales d) conjunto de representaciones articulados.

3.3 Criterios de Selección y Fuentes de Información

En coherencia con la caracterización de las mujeres creadoras de contenido sexual como sujeto social, la selección de las participantes responde a los siguientes criterios de inclusión y exclusión los cuales fueron desarrollados en el apartado de justificación:

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
<ul style="list-style-type: none">- Ser mujer- Ser mayor de edad, entre los 18 y 37 años.- Ser creadora de contenido activa en	<ul style="list-style-type: none">- Personas que no nacieron con la condición fisiológica de ser mujer.- Ser menor de edad- No ser creadora de contenido activa

<p>la plataforma OF</p> <ul style="list-style-type: none"> - Residir en la gran área metropolitana de Costa Rica 	<p>en OF</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vivir fuera del gran área metropolitana de Costa Rica
---	--

La selección es en cadena o por bola de nieve. Hernández, Fernández y Baptista (2014) explican que este tipo de muestreo es aquel en donde se identifican participantes clave y se agregan a la muestra, se les pregunta si conocen a otras personas que puedan proporcionar más datos o ampliar la información, y una vez contactados, los incluimos también. Por lo tanto, por medio de tres contactos claves, se pretende localizar a más mujeres que cumplan con los criterios de inclusión y estén dispuestas a participar en la investigación. Los mecanismos de acercamiento a la población participante se basan en los siguientes procedimientos: a) se elaboran publicaciones virtuales con la información básica de los criterios de inclusión del estudio; b) se publican en las páginas y grupos asociados a la Universidad Nacional de Costa Rica y otras universidades públicas²⁰; c) se reciben correos electrónicos con la información requerida de las posibles participantes; d) se cita a quienes cumplan los criterios a una sesión para revisar el consentimiento informado y acordar la participación; e) se aplica el muestreo en cadena para que, por medio de recomendación de las participantes ya inscritas, se llegue a otras posibles informantes.

3.4 Estrategia metodológica

Técnicas de recolección de información

Entrevista semiestructurada

Consiste en la aplicación de un instrumento que reúne un conjunto de preguntas diseñadas para generar un diálogo guiado con los sujetos sociales.

Esta entrevista adopta la forma de un diálogo coloquial o entrevista semiestructurada, complementada, posiblemente, con algunas otras técnicas

²⁰ En coherencia con lo que muestran los datos empíricos recolectados sobre las mujeres jóvenes con estudios universitarios incompletos como población que se adscribe como creadoras de contenido en OnlyFans.

escogidas (...) y de acuerdo con la naturaleza específica y peculiar de la investigación a realizar. (Martínez, 2009, p.99)

Esto permite acceder de manera flexible pero enmarcada en las relaciones que se evidencian en el transcurso del diálogo como método, se amplían las posibilidades de identificación de las representaciones, de los significados no evidentes y muestra la estructura general de la experiencia del participante.

El que sea semi-estructurada involucra que a partir de preguntas abiertas la persona entrevistada acuda al contexto donde se enmarca su discurso, en donde se identifican situaciones problemáticas en su experiencia, contradicciones, proposiciones, hipótesis relevantes, juicios de valor, el sistema de creencias y la jerarquía de hechos. Para este estudio, esta técnica permite a la investigadora ser una interlocutora que brinda recursos para reconocer relaciones, solucionar vacíos de información, reducir los formalismos y sostener la indagación en medio de lo complejo.

Fotografía

Como este estudio se aboca a la interpretación del discurso de mujeres que participan en el comercio de material audiovisual de contenido sexual, se busca la indagación de múltiples significaciones que puedan plasmarse en los productos fotográficos que se comercian en las plataformas como OF. Villa (1997), referente de la fotografía antropológica como técnica de investigación social, afirma, al igual que Moscovici, que las imágenes están compuestas por representaciones construidas colectivamente y que orientan lo que el sujeto quiere plasmar en ellas.

La fotografía, entonces, siempre requiere que el entrevistado proyecte en la escena mostrada su particular narrativa identitaria de manera tal que la escena solamente adquiere significado al interior de la narrativa de tal entrevistado". (p. 135).

También, Bourdieu (1979), introduce la fotografía como una técnica que muestra el conjunto de interacciones que fueron necesarias para dar sentido a la imagen lograda. Tomando en cuenta que la mayoría de mujeres creadoras de contenido en OF ofertan fotografías elaboradas con cierto nivel de técnica, códigos y simbología diseñadas para la interacción con usuarios y consumidores, es indispensable que la entrevista semiestructurada pueda acceder a la narrativa de un conjunto de fotografías explicadas por las participantes en

determinada fase de la aplicación de técnicas.

El grupo subordina esta práctica a la regla colectiva, de modo que la fotografía más insignificante expresa, además de las intenciones explícitas de quien la ha tomado, el sistema de los esquemas de percepción, de pensamiento y de apreciación común a todo un grupo. (p.5)

Grupo focal

Responde a la necesidad de ampliar la riqueza de perspectivas sobre un mismo fenómeno desde la experiencia de un grupo social determinado. También responde a la corriente epistemológica que sustenta el enfoque cualitativo y sistémico de esta investigación, lo que Martínez (2004) conoce como *el principio de complementariedad* de las perspectivas de los sujetos sociales.

El objetivo fundamental del grupo focal es alcanzar o lograr el descubrimiento de una estructura de sentido compartida, si es posible consensualmente, o, en todo caso, bien fundamentada por los aportes de los miembros del grupo.(p. 7)

Las participantes serán convocadas a una sesión grupal, aprovechando que ellas no han conformado un grupo previamente y que las relaciona el hecho de participar en la plataforma OF. Se presentará la pregunta de la investigación en donde se refleja el problema del estudio y en el transcurso se sumarán preguntas subsidiarias dedicadas a motivar la discusión en torno a tres elementos: la pregunta sobre lo que significa participar en OF, sobre el sentido de las fotografías que cada participante trajo a la sesión y sobre las coincidencias y contradicciones que puedan aparecer en cada perspectiva. El papel de la investigadora será limitado al registro de la información, la observación de roles y jerarquías, y a breves intervenciones para reorientar o profundizar en la discusión, siempre a beneficio del estudio. Al ser las RS un producto colectivo de significación y operacionalización de elementos cognitivos para la vida en la cultura, el grupo focal es una técnica ideal para terminar de solventar la información sobre la interacción y las relaciones, entre la acción e interpretaciones colectivas

Procedimientos para el desarrollo de la investigación

Considerando que la investigación cualitativa no sigue un orden lineal de procedimientos, para el desarrollo de la investigación se proponen las siguientes fases:

a) *Análisis de fuentes bibliográficas:* En esta fase propongo realizar una inmersión inicial en los antecedentes del fenómeno e investigar sobre la teoría pertinente que aporte al conocimiento del tema y aporte al desarrollo de las fases siguientes.

b) *Contactar a las participantes:* Cuento con tres mujeres claves que facilitarán el contactar a otras mujeres dispuestas a participar en la investigación, por ello, durante esta fase se contactará e informará a las participantes sobre cada detalle de la investigación; objetivos, técnicas, instrumentos, consentimiento informado y se solucionan dudas.

c) *Recolección de la información:* Se aplican los instrumentos de recolección de información. Se planea realizar las entrevistas semiestructuradas en el hogar de una de las 3 participantes claves. Los grupos focales se realizarán en una de las aulas del CEG de la UNA.

d) *Análisis de resultados y conclusiones finales:* Finalmente, luego de las fases anteriores se analizarán los datos recopilados y contrastan con la teoría previamente consultada y propuesta para producir un análisis pertinente y coherente con tema de investigación y desarrollarán las conclusiones finales.

Técnicas para la sistematización y análisis de la información

El análisis crítico de discurso es un método que permite aplicar una estrategia de interpretación de datos según el requerimiento del investigador, la temática y las técnicas de recolección. Tal libertad interpretativa es meramente estructural, ya que debe ser coherente con los principios propuestos por Van Dijk. Para el análisis, se aplicarán las etapas de estructuración propuestas por Martínez (2006) con el objetivo de interpretar los datos recolectados por medio de técnicas en investigación cualitativa. Dichas etapas son:

Categorización: Se reconoce la intencionalidad, la perspectiva, los tipos de interacción, el contexto, las fluctuaciones del control, el papel de la ideología y la acción individual y colectiva. Con esto, se procede a clasificar estos elementos para identificar grupos de representaciones sociales. **Estructuración:** Se identifican los factores estructurantes de la realidad representada en el discurso, con la guía de los tres componentes de una RS: la actitud, la información y el campo de representación, de modo que se logre estructurar la primera propuesta de sistema de representaciones. **Contrastación:** Se aplicarán

las técnicas de validación y contraste con otras investigaciones antecedentes, así como la triangulación de información desde las tres técnicas de recolección de información. **Teorización:** Es la etapa de construcción de la síntesis. Aquí la información interpretada, clasificada, estructurada y contrastada, se presenta como un sistema de las representaciones que dan sentido al fenómeno.

Criterios de Calidad: Triangulación y juicio de expertos

Se utilizará la triangulación para el proceso de validación de datos. Según Denzin (1970), es la combinación de dos o más teorías, fuentes de datos y métodos de investigación, en el estudio de un fenómeno singular. Compara lo recogido por las técnicas como fotografía, entrevistas y grupo focal. Se contrastan los datos a partir del referente conceptual y las categorías. Esto permitirá validar la información recogida por las diferentes técnicas, demostrando que la información refiere a un hecho social que no entra en contradicción a pesar de las diferentes formas de registrar sus características. Si bien existen distintos tipos de triangulación, Escobar y Cuervo (2008) mencionan que el juicio de expertos “se define como una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones” (p.29). Por lo que para la presente investigación se consultarán expertos en el tema de redes sociales, estudios de la mujer y psicología que permitan abordar, comprender y teorizar sobre el fenómeno investigado, aportando al análisis e interpretación de resultados, nutriendo con sus conocimientos la producción final del trabajo que se desarrolla.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

Preámbulo

Este capítulo presenta el análisis de la información lograda por medio de la aplicación de diez entrevistas semiestructuradas a mujeres de la gran área metropolitana de Costa Rica que son creadoras de contenido erótico para la plataforma OnlyFans. Las entrevistas sirvieron también para la interpretación del material visual aportado por las participantes bajo la técnica de la fotografía y, finalmente, todos los datos obtenidos fueron contrastados y

profundizados en la ejecución del grupo focal.

El propósito fue someter este conocimiento al análisis crítico del discurso para reconocer las representaciones sociales que estas mujeres construyen en torno a su actividad económica y creativa. El conjunto general de las respuestas versan sobre la experiencia trabajando para la plataforma, sus motivación, los niveles de autonomía, el estigma social y la organización del trabajo. La tendencia analítica de esta investigación sigue la línea de estudios cualitativos recientes sobre el trabajo sexual digital donde OnlyFanses parte de la economía de plataformas que permite autonomía pero también implica riesgos psicosociales y niveles modernos de alienación del trabajo (Hamilton et al., 2022)

Mediante el análisis crítico del discurso, se ha podido reconocer las dimensiones de la información, la actitud y el campo de cada representación así como los mecanismos de objetivación y anclaje en su estructuración. Cada uno de los siguientes apartados son conjuntos de representaciones sociales tal que conforman un subsistema de la estructura general del sentido común construido en el fenómeno del auge del comercio de la imagen sexualizada de la mujer en Only Fans y que aquí se revisan desde su dimensión psicosocial.

El testimonio de las mujeres participantes es interpretado teóricamente pero siempre en apego a la descripción literal que proporcionan para caracterizar su experiencia. Se hará referencia a ellas por medio de nombres ficticios en razón de proteger su identidad.

4.1 OnlyFans como herramienta para alcanzar la autonomía económica

Este primer conjunto de representaciones sociales se encuentra determinado por la motivación económica que las participantes anuncian como el pilar principal que sostiene su decisión de ingresar a la plataforma OF como creadoras de contenido sexual.

Lo primero que resalta al organizar el discurso de las respuestas sobre la motivación es que la elección de adentrarse al comercio de contenido sexual²¹ está determinada, para la mayoría de participantes, por su condición económica. Lejos de ser una elección espontánea y motivada por referencias culturales, el propósito fundamental es lograr la independencia económica frente a las precariedades estructurales que impactan de manera dramáticamente desigual a las mujeres. Esto significa que para este grupo de creadoras de contenido sexual, su actividad representa un mecanismo de supervivencia económica para las generaciones contemporáneas de la clase trabajadora femenina.

²¹ Desde aquí y en adelante, “contenido sexual” hará referencia al material audiovisual donde la imagen de la mujer sexualizada es comercializada como una mercancía digital en las plataformas virtuales. Por supuesto, también incluyen los códigos y símbolos que nutren su representación social.

Principalmente, fue una motivación económica... Yo no puedo ir a trabajar en un trabajo normal, no tengo quien cuide al bebé. La creación de contenido sexual me permitió salir del préstamo del carro y recién hemos podido empezar a ahorrar. (Valery, comunicación personal, 16 de junio de 2024).

Si a esta base representacional —que podemos denominar una base material de lo simbólico— agregamos la vivencia de la maternidad en la mujer joven de la GAM costarricense, se afirma la condición económica diferenciada por roles de género como motivación. En el discurso de la participante se reconoce la disyuntiva entre una noción de la maternidad revestida por una moralidad propia de una sociedad costarricense conservadora y la actitud desidida de una madre que aprovecha no solo los nuevos mecanismos tecnológicos, sino también, los cambios culturales e idiosincráticos de la globalización en su etapa tardía. En las participantes que son madres, esta relación se presenta como una contradicción entre los deseos de superación de la urgencia económica, la incomodidad por transgredir la representación tradicional de maternidad revestida de moral conservadora y el temor por los riesgos que la exposición de la imagen sexualizada en las plataformas virtuales involucra.

En el caso de Julia, esta situación donde la vergüenza y la deshonra —así percibida—, es sopesada con la necesidad económica, la misma que es satisfecha desde la primera experiencia como creadora de contenido:

Estaba deprimida, ahogada en deudas, con dos hijos pequeños y amenazada con un desalojo por no tener el dinero suficiente para pagar el alquiler. (Julia, comunicación personal, 15 de marzo de 2024).

Seguidamente, la participante comenta que en su condición como madre soltera, estas dificultades la acercaban a una vulnerabilidad extrema si se hacía efectivo el desalojo. En cambio, al iniciarse como creadora de contenido sexual, las ganancias generadas en el primer mes fueron de, aproximadamente, ₡450.000, suma que supera el sueldo mínimo costarricense para trabajos no calificados, y con el que Julia pudo suplir la alimentación de su familia y la mayoría de deudas durante este primer lapso.

Por otro lado, para Mariana, como una mujer de 26 años, vecina del cantón central de Heredia, convertirse en creadora de contenido para Only Fans significó la posibilidad de

independizarse económicamente y alejarse de un entorno familiar que describe como violento y abusivo:

“En mi primer mes hice como ₡1.800.000 y con eso me fui a alquilar un apartamento aquí por la U, pagué mi cuatri de la carrera”. (Mariana, comunicación personal, 2 de octubre de 2024).

Esta participante afirma no tener ninguna urgencia económica en comparación con Julia. Su motivación no es la supervivencia sino alcanzar algún nivel de autonomía que le permita alejarse de la violencia intrafamiliar sin que eso afecte sus estudios universitarios. Sin embargo, reconoce que sin el dinero generado por su actividad como creadora de contenido sexual, hubiera sido imposible continuar con su proyecto de vida, viéndose obligada a renunciar a su formación profesional al verse contrariada constantemente por el peso psicológico de la violencia que experimentaba.

Lejos de considerar que las motivaciones de este grupo varían fuera de lo material y monetario, lo cierto es que las representaciones sociales que se pueden identificar empiezan a mostrar un hilo conductor de orden económico. Sin embargo, es preciso indicar que este sentido simbólico tiene diferentes matices que obedecen a los distintos niveles de necesidad económica que experimentan las participantes. En esta suerte de escala, las representaciones sobre el comercio de contenido sexual en plataformas se reviste también de distintos símbolos que surgen, principalmente, como respuesta al juicio moral, la incertidumbre y el temor por su integridad.

Valery y Claudia son las participantes que afirman tener estabilidad económica, no obstante, aceptan que la autonomía e independencia de su núcleo familiar, no hubiera sido posible —al menos en el mediano plazo— sin iniciarse en Only Fans. Tampoco la independencia económica lograda por medio de la creación de contenido sexual se hubiera podido concretar por otros medios, a menos que estos involucraran ingresar a la economía informal, a alguna actividad ilegal o ser empleadas con un nivel de garantías adecuado. Según informan, estas opciones representan asumir graves riesgos o, en el caso de la tercera, implica dedicar tiempo sustancial a la búsqueda de un empleo que, por lo general, son trabajos precarizados. En definitiva, Only Fans no solo representa la posibilidad de generar dinero para estas mujeres, sino que supera la efectividad de las alternativas disponibles, las mismas que suponen un mecanismo de supervivencia explícito y concreto. Crear contenido sexual

para Only Fans supone un tipo distinto de enajenación del trabajo que permite ubicarse en un límite difuso entre estos empleos precarizados y uno con garantías.

Como indica Lisa Vogel (1979), el capitalismo, en tanto sistema, adapta la división del trabajo entre los sexos a sus propias características y necesidades particulares. En este sentido, la estructura económica condiciona las interacciones culturales y sus elementos simbólicos según sus distintas fases lo requieran. En su etapa neoliberal, la apertura de nuevos mercados en la esfera digital supone también la adaptación de la opresión de las mujeres a las necesidades de reducción de la regulación estatal. De este modo, tanto la vulnerabilidad económica, la hipersexualización, la cosificación del cuerpo de la mujer, la condena moral y los riesgos frente a la violencia misógina, también pueden ser componentes y parafernalia de la mercancía de contenido erótico y de la sexualización de la imagen de las mujeres en la plataforma.

Lo que interesa en esta investigación es identificar estos elementos simbólicos en donde se reflejan las configuraciones de la estructura económica de manera dinámica. Según el discurso plasmado en el testimonio de las participantes, lo que Moscovici (1984) describe como el sentido común, es el sistema de conocimientos organizados colectivamente. En esta primera parte del análisis, estos elementos simbólicos están condicionados por la necesidad económica y mediados por la representación social de respuesta factible y efectiva.

Incluso para Valery y Claudia, que no sufren necesidad extrema, el hecho de haber dedicado tiempo, recursos y esfuerzos para lograr una solución diferente a la de crear contenido sexual para su comercio en la virtualidad de OF y no tener éxito alguno en el saturado mercado del trabajo que es especialmente hostil con las mujeres jóvenes de la GAM, devela que, al menos para este grupo de mujeres, la opción de trabajar para OF —aunque sin relación laboral estricta y regulada— no fue la primera.

Fue un interés monetario, yo no pasaba necesidades ni nada. Tengo un hijo y el papá lo atiende bien, ya no estamos juntos pero es un muy buen papá, yo lo hice como para probar que tal me iba, si me ganaba algo y poder comprarme cositas yo. Cuando uno es mamá las prioridades cambian y yo me dejé mucho de lado por darle todo a mi hijo y yo quería recuperar un poquito de la atención y chineos que me daba antes. (Claudia, comunicación personal, 20 de enero del 2024).

Sanchez (2013), discute cómo los estudios sobre el mundo del trabajo incorporan o excluyen los aportes de la investigación con perspectiva feminista y de género según su

orientación en la ciencia sociológica. En su exposición, la autora desarrolla elementos que resultan primordiales para analizar el testimonio de Claudia: la maternidad tradicional —específicamente, en los sectores populares de la clase trabajadora latinoamericana contemporánea— generalmente, significa que se le asigna a la mujer, en tanto sujeto social, la carga reproductiva del proceso socioeconómico, aquellas actividades indispensables para sostener la creación de fuerza de trabajo y que, sin embargo, no son trabajos asalariados por ser considerados fuera del mercado ni una mercancía que produzca plusvalía de manera directa para la clase capitalista.

Cuando Claudia comparte que no estuvo en riesgo de caer en pobreza puesto que el padre de su hijo cumplía con su aportación económica, pero que, en cambio, postergó su propio bienestar y la expresión de su identidad para sostener material y emocionalmente a su hijo, describe cómo la carga reproductiva —es decir, el trabajo doméstico, el cuidado directo y la gestión afectiva— no se considera dentro de las condiciones materiales como sucede con la transferencia monetaria del padre del hijo común. No obstante, la maternidad y las tareas que conlleva, ejercen cambios que deterioran de manera importante la capacidad de la madre para continuar con sus niveles de consumo previo al embarazo que, en este caso, comprenden acceder a mercancías para el ocio, la interacción social, la salud física y el cuidado estético.

Según Federici (2013), la separación entre el trabajo asalariado y el doméstico no solo involucra la distinción por ausencia de remuneración para el trabajo reproductivo histórica y culturalmente asignado a la mujer, sino que su alcance llega hasta la construcción de la identidad de los componentes de la clase trabajadora. El tipo de alienación del trabajo que experimentan las mujeres que son madres de infantes, como en el caso de Valery y Claudia, no solo supone la imposibilidad de reconocerse en el producto logrado del trabajo —como sucede en el formato asalariado— sino que el tipo de alienación que suscita el trabajo doméstico involucra la transformación instantánea de las cualidades física, psicológica y anímica de la mujer sin mediación.

Esto supone que si el trabajador común entrega su fuerza, tiempo y producto de su trabajo, la mujer asignada socialmente al trabajo reproductivo entrega, además, elementos de su propia identidad, de la femineidad culturalmente moldeada y económicamente condicionada. De este modo, Claudia, en tanto mujer joven y madre de la GAM, debe ocuparse de generar las condiciones de vida de su hijo renunciando a los hábitos que la hacían sentir cuidada y atendida por sí misma, siguiendo códigos estéticos y de cuidado personal que eran parte de su realización y bienestar cotidiano. Este factor incide directamente en la motivación para ingresar a Only Fans como creadora de contenido sexual,

dado a que significa la posibilidad de realizar el trabajo reproductivo reduciendo el tipo de alienación del trabajo doméstico no remunerado por una enajenación hipersexualizada que representa otro conjunto de transformaciones psicológicas y simbólicas pero que provee del dinero suficiente para que exista la *representación de compensación alienante* dentro del sentido común nacido en este fenómeno.

Esta representación social hace concreta en la psicología de las participantes lo que Federici (2013) identifica como: “«doble carácter» del trabajo reproductivo, como trabajo que nos reproduce y nos «valoriza» no solo de cara a integrarnos en el mercado laboral sino también contra él.” (p.19). Por lo cual debe entenderse como una doble opresión, primero por no recibir remuneración a pesar de realizar una parte indispensable de la producción social que transforma su autopercepción y lo identitario como mujer y, segundo, porque al ingresar a Only Fans, la compensación existe en lo monetario, pero se asume otro tipo de enajenación propia de una actividad económica que convierte en mercancía a la sexualidad erotizada de la trabajadora.

En el grupo focal, la mayoría de las participantes hicieron alusión a esta representación de compensación monetaria y alienación, aunque con distintos matices que reflejan la complejidad de las relaciones cognitivas y esquemáticas que concretan las representaciones sociales que construyen. Durante la sesión grupal, las mujeres creadoras de contenido respondieron así a la pregunta sobre aquello que resume en pocas palabras su motivación principal:

-¿Cuál fue la motivación principal para que ustedes se convirtieran en creadoras de contenido sexual para Only Fans?

Mariana: Vivir

Ana: Dinero

Julia: Salir adelante

Vanesa: Superarse

Claudia: Dinero”

Nota: comunicación personal en grupo focal. Los nombres son seudónimos para proteger la identidad de las participantes, 16 de diciembre del 2024.

Estas respuestas denotan que el proceso de asimilación psicológica de la motivación para el ingreso a Only Fans puede parecer muy concreta en tanto refieren a la obtención de ingresos económicos pero, según la descripción de las creadoras de contenido, suponen

concepciones sobre la vida, la superación de barreras materiales y la realización personal. No obstante, estos elementos que pueden mencionarse como cuestiones superficiales, guardan relación directa con la concepción del contexto y del lugar que ocupan las mujeres en el sistema económico social.

Mariana indica que su motivación para convertirse en trabajadora de Only Fans es “vivir”, refiriéndose a que la relación conflictiva con su madre y hermano menor resultaban en una convivencia violenta donde ella se identifica como víctima. En esta dinámica, la participante indica que la cotidianidad le resultaba insoportable o “invivable”.

Conseguir dinero para salir de mi casa. Yo nunca me he llevado bien con mi mamá, no porque no quisiera sino porque ella es rara. Yo tengo un hermano que a la fecha de hoy, tiene 20 años y es un mae vago. No estudió porque no quiso, porque mi mamá le pagó la universidad, fueron dos carreras diferentes y las dos las dejó botadas. Ahorita tiene un trabajo que le consiguió mi mamá y a veces ni va. Es un cochino, deja todo sucio; cuando se enoja le pega a las paredes y así. Es un legítimo fifas, y mi mamá lo ama. Para ella, todo lo que él haga es una maravilla del mundo. Yo limpio, trabajo, me pago mi propia carrera, nunca le pido nada y yo siempre soy la mala. Mi hermano dejaba platos sucios y a mi me pegaba. Yo tenía que ir a presentar matemáticas en el colegio porque me costaba mucho y casi me saca del colegio. Yo nunca supe por qué la preferencia de esa señora, y ya estaba muy cansada de siempre lo mismo. Entonces, cuando vi que esa era una opción y no tenía que estar físicamente con nadie, lo empecé a hacer como para ver cómo me iba, y me fue bien. (Mariana, comunicación personal, 2 de octubre de 2024).

La ***representación de oportunidad económica*** se construye incluso en mujeres que no se perciben como sumidas en la pobreza, dado a que media el haber experimentado violencia doméstica fraternal y parental. Esta situación supone exponer a las mujeres a la vulnerabilidad constante por lesiones de tipo físicas y, por supuesto, psicológicas. Las consecuencias mentales de sufrir este tipo de violencia suelen provocar condiciones de ansiedad, depresión y un precario control de impulsos. Según Perkins et al. (2022) “Se ha asociado la violencia entre hermanos con una menor satisfacción con la vida y competencia personal (Plamondon et al., 2018), problemas de conducta y malas relaciones con los compañeros (Stormshak et al., 1996) e ideas suicidas” (p. 746)

Este tipo de vulnerabilidad asociado a la violencia de género expone a las mujeres a la evaluación de mecanismos de sobrevivencia que estén al alcance. Antes de la popularidad de Only Fans, una mujer como Mariana habría considerado otros mecanismos para ganar dinero y lograr mantenerse. Estas actividades son mucho menos lucrativas y se enmarcan en el mundo del comercio informal o en lo que se ha entendido como emprendimiento, según indica la participante. El estar expuesta a formar parte de la informalidad y a los riesgos que suponen enfrentar la fiscalización estatal supone para esta mujer joven confirmar su descenso a los estratos económicos más excluidos.

En cambio, la participante se dedica media jornada a ser cuidadora de niños en guarderías privadas desde 2020, una categoría flexible que no está adscrita al Ministerio de Educación Pública, que supone cierto nivel de precarización laboral pero que, como indica Mariana, le permite cotizar para el régimen de Invalidez, Vejez y Muerte, es decir, para la pensión. Este trabajo le generaba ingresos de ₡ 350,000 mensuales que no alcanzaban para su manutención, el aporte al hogar y el pago de sus estudios universitarios. En cambio, al iniciarse como creadora de contenido sexual para Only Fans obtuvo ₡1.800.000 en el primer mes. Con este dinero, la participante puso fin a su estancia en la casa de su madre y, con ello, detuvo la violencia doméstica que sufría.

Esta situación en donde las participantes obtienen el primer pago de la plataforma, en el total de los casos, se asimila como un refuerzo positivo muy efectivo, debido al contexto de vulnerabilidad que en mayor o menor medida comparten. Por ejemplo, para Mariana, la violencia doméstica había deteriorado su salud psicológica de un modo importante, mientras que al ser remunerada por la plataforma, solo el hecho de poder elegir la vivienda que más le convenía alquilar por motivos de comodidad y cercanía a la universidad, determinó en ella un cambio de perspectiva frente a la vida y el futuro. Este contraste se repite en la narrativa de las mujeres entrevistadas como una **representación de cambio súbito** cuando reciben en sus cuentas bancarias la remuneración de Only Fans y empiezan a gestionar y a suplir todo aquello que en sus esquemas psicológicos reconocen como descompensaciones producto de la vulnerabilidad y la violencia que experimentan, según cada caso.

El testimonio de Hilary, una creadora de contenido de 26 años de edad, expone otra situación de vulnerabilidad que soluciona cuando recibe la primera por parte de la plataforma.

La plata, yo estaba viviendo con una pareja que era un parásito, no quería trabajar ni ayudar en la casa tampoco, solo comía y dormía porque ya ni siquiera teníamos una relación de intimidad de pareja, éramos como roomies. Yo trabajaba en una tienda

como vendedora, ganaba el sueldo mínimo y todavía tenía que hacer todo lo de la casa y mantenerlo.

Una amiga me contó que estaba ganando bien con el Only Fans y a los días conversé con ella y planeamos hacer toda la pantomima de que iba a visitarla y ahí me abrí cuentas e hice mi primera sesión. Mi amiga me ayudó a promocionar mi cuenta y a él lo bloqueamos de todo lado para que no viera nada, en 15 días tenía el suficiente dinero para irme a vivir con mi amiga y lo dejé. (Hilary, comunicación personal, 2 de marzo de 2024).

La descripción de la participante muestra la misma tendencia en la secuencia de los hechos percibidos de la siguiente manera: experimentan una situación de violencia de género, asimilan la angustia de ser mujer de la GAM empleada en un trabajo precarizado y con, los primeros pagos de la plataforma, resuelven alguno o varios aspectos de su situación generando una representación de viabilidad y cambio súbito que refuerza positivamente su interpretación sobre lo que simboliza Only Fans.

En el caso de Hilary, esto inicia en un contexto de violencia económico patrimonial de género, donde la ex pareja de la participante la manipula emocionalmente para aprovecharse de los recursos económicos que ella consigue mediante un desgaste psicológico y físico importante al laborar como vendedora en una tienda del Mall Paseo de las Flores en Heredia. Esto significa que, además de la explotación de su fuerza de trabajo en un empleo precarizado, también era explotada por su ex conviviente en su hogar, obligada a ocuparse del trabajo doméstico debido a la negligencia de él, quien se encuentra en condiciones de ofertar su fuerza de trabajo pero que se niega a hacerlo. Esta es una imposición unilateral que limitó la capacidad de ahorro, de planificación económica y de realización profesional de la participante.

Esta doble opresión en Hilary como mujer trabajadora se concreta en vulnerabilidad emocional y psicológica. En este estado, la evaluación de las oportunidades para liberarse de la situación violenta le da un lugar especial a la opción de convertirse en creadora de contenido sexual para Only Fans. En este caso, la autopercepción como víctima de violencia económica funcionó como un factor fundamental para definir el ingreso a la plataforma.

Todas las participantes indican que tenían noción bien elaborada y detallada de lo que significaba ser creadora de contenido sexual antes de serlo, pero es cuando hacen consciente, en mayor o menor medida, su condición de mujer joven de la GAM, con atributos estéticos, de estatus económico vulnerable, que residen en zonas de poco crecimiento urbano

de Heredia y sin tener claridad sobre su futuro profesional, es que la idea de convertirse en modelos de Only Fans empiezan a migrar del lenguaje cotidiano por medio de bromas o comentarios coloquiales a una posibilidad pronta a concretarse. Para Hilary, esquematizar e interiorizar psicológicamente esta dinámica multifactorial fue determinante para dar este paso. Sobre este tema en específico, se ha realizado en Ecuador una investigación que correlaciona la violencia de género, como la económica con un estado psíquico emocional vulnerable concluyendo que: “la violencia patrimonial vulnera los derechos de propiedad de las mujeres se encuentra estrechamente relacionado con el bienestar emocional según la correlación realizada en el estudio, así este tipo de violencia es particularmente grave en contextos de vulnerabilidad interseccional.” (Muñoz & Altamirano, 2023, p. 119).

Como ya se ha analizado, esta percepción de las características propias que hacen consciente la vulnerabilidad efectiva o potencial de las mujeres antes de convertirse en creadoras de contenido sexual, es especialmente asimilada cuando se trata de participantes madres solteras que fluctúan entre la inestabilidad económica y la pobreza, es decir, que entran y salen constantemente de la precariedad debido a sumas de dinero que dejan de percibir. Estos ingresos, a pesar de no constituir el grueso de su presupuesto mensual, son indispensables para completar con éxito la gestión de necesidades del hogar, de sus hijos y de ellas mismas. Por lo general, este faltante es debido a la negligencia de los padres de sus hijos que cumplen sin regularidad con los pagos de la pensión alimenticia.

En ese momento estaba en una situación muy, muy complicada. Yo tengo dos hijos de diferente papás, y el papá del mayor no me pasa la pensión, tengo hasta la fecha que estarle haciendo guardia afuera de la casa, escondida en unos árboles en una esquina esperando que salga, para llamar a la policía y que lo arresten para que me pague porque de otra forma no lo hace, él se esconde y a veces son días en que no sale, no trabaja o le dice a la nueva novia que lo vaya a ver a la casa para no salir y que no le llegue la policía. Luego el papá del menor me dejó; se fue cuando tenía seis meses de embarazo y me tocó afrontar todo sola. El se fue y me dejó con el alquiler y una deuda de un préstamo que usamos para refaccionar la casa, y todo me lo dejó y yo ya no estaba logrando salir. Estaba deprimida, ahogada en deudas, con dos hijos pequeños, con la amenaza de que nos iban a sacar de la casa por no pagar el alquiler, estaba ahogada. (Julia, 15 de marzo de 2024)

Además de la violencia patrimonial que se analizó en el caso previo de maternidad joven, en esta descripción el hilo conductor de la narrativa son las consecuencias de este tipo de sabotaje económico. Estudios como el de Rousou et al. (2019) demuestran que las madres solteras están expuestas a niveles especiales de estrés y malestar psicológico debido a la angustia que genera resolver solas las necesidades económicas frente al abandono de responsabilidades del padre. Según estudios como el de Jhonson et al. (2022), existe una asociación significativa entre la violencia económica y el deterioro de la salud mental de las madres que asumen la doble labor parental.

El impago de las pensiones son una forma de violencia que desencadena tensión financiera en la madre por la necesidad de endeudarse, de enfrentarse al riesgo de desalojo y de gestionar la pobreza. Además, la vulnerabilidad se torna revictimización, especialmente en Latinoamérica, donde las mujeres deben someterse a procesos jurídicos largos, a costosos trámites, a la contratación de asesoría legal, a la incompetencia institucional en los sistemas de justicia, a financiar el transporte y la alimentación mientras realiza las diligencias y costear también el cuidado de los hijos en su ausencia.

En el caso específico de Julia, el estrés parental aumenta producto de la sensación de impotencia frente al tedioso proceso legal y la necesidad de vigilar los movimientos del padre de su hijo una vez logrado el fallo a favor del derecho de sus hijos a una manutención. Estas situaciones generan ansiedad crónica, depresión y angustia económica constante puesto que incluso luego del juicio, debe asumir ella funciones institucionales para dar con el paradero del deudor.

La vulnerabilidad extrema de la participante fue la motivación principal para convertirse en creadora de contenido sexual. Incluso cuando pudo emplearse en trabajos precarizados pero formales, la angustia económica persistía porque el salario no lograba cubrir las deudas adquiridas por el sabotaje económico del padre de su hijo mayor. La percepción de Julia sobre su propia condición económica llegó a un nivel de alarma cuando hizo consciente que tanto ella como sus hijos estaban por caer en pobreza extrema si se hacían efectivos el desalojo y los cobros judiciales de las deudas. Entonces, según el relato de las mujeres creadoras de contenido sexual, la base de su decisión es económica pero se interpreta en distintos niveles de urgencia. Mientras existen casos en donde una mujer de la GAM es madre soltera en riesgo de caer en miseria, también ocurre que las creadoras de contenido se motivan a serlo cuando perciben que su felicidad está en riesgo de ser mermada significativamente, sin que esto signifique caer en pobreza extrema. Ingresar a Only Fans es

entonces un medio para lograr cumplir con las expectativas de consumo siendo mujer joven sin garantías sociales que permitan la estabilidad.

Esta noción de oportunidad económica es compartida tanto por participantes que experimentan violencia de algún tipo como por las creadoras de contenido que indican no tener ninguna urgencia ni sentirse especialmente vulnerables.

En realidad solo quería saber si yo podría generar algo de dinero de ahí, porque cuando estaba en la U hacía horas asistentes pero ahí no se gana mucho, entonces lo hice como por curiosidad y obvio buscando generar dinero extra. (Ana, comunicación personal, 15 de enero de 2024)

En la psicología colectiva de este grupo de mujeres, se hace notable que la representación de oportunidad económica en Only Fans está rodeada, por lo general, de necesidad material o vulnerabilidad, sin embargo, no parte de este símbolo para ser entendido como una actividad viable. Lo principal es que sea entendido como un método directamente permeado por la *representación de feminidad erotizada*, una muy compleja noción —que se abordará en el siguiente apartado dedicado a la autopercepción como creadora de contenido sexual— que tiene como base la conciencia de que la imagen sexualizada de una mujer es una mercancía de alta demanda en el mercado. Estos conocimientos son interpretaciones que toman del contexto y de su experiencia vivencial como mujeres jóvenes que, desde la pubertad, han sido víctimas de acoso sexual por diversos medios, desde el callejero hasta el virtual, lo cual genera los elementos necesarios para reconocer que cualquier mujer joven que instrumentalice su sexualidad y la oferte como mercancía, tendrá asegurado compradores.

El elemento representacional que simboliza la seguridad de que existen compradores y alta demanda —es decir, consumidores potenciales de la mercancía imagen sexualizada— es fundamental para la interacción entre las participantes, sin embargo, aparece no como afirmación, sino como un hecho dado en sí mismo, parte del sentido común nacido en el fenómeno. Tal es así que mediante bromas y comentarios que dan por sentada esta dinámica, las participantes elaboran la narrativa de sus experiencias. Por ejemplo, Hilary, comenta entre risas e ironía: “Para soportar el acoso del jefe en la tienda donde trabajaba, mejor me metí al Only, yo decido cuando y encima me pagan”.

Esta situación también puede presentarse como producto de la interseccionalidad de factores socioeconómicos y culturales que permea la experiencia de la mujer joven de la GAM como sujeto social. El caso de Valery ilustra cómo la condición económica —aunque

es base de las experiencias que interiorizan las mujeres participantes en su psicología— interactúa con múltiples circunstancias de género, etnicidad, procedencia geográfica y referencia cultural.

Principalmente fue una motivación económica, yo soy mamá y ama de casa, eso, aunque no lo parezca, me consume todo el día y no puedo ir a trabajar porque mi esposo tiene su trabajo y si yo también empiezo a trabajar en un trabajo normal, no tengo quien cuide al bebé. Yo vivo en Alajuela y mi familia es de Cartago así que tampoco es como que pueda pedirle a mi familia que me ayude con el bebé. (Valery, comunicación personal, 16 de junio de 2024)

Según Collins, & Bilge (2019), la interseccionalidad analizaría cómo en esta participante sus diversas características económicas, demográficas, culturales y de género expresan las dinámicas de poder y desigualdad que dan forma al tipo de vulnerabilidad que experimenta y, por ende, a los esquemas psicológicos de interpretación que permiten considerar el ingreso a Oly Fans como la principal estrategia para generar ingresos económicos.

Valery es mujer joven, madre y ama de casa, lo cual involucra asumir la doble carga de trabajo no remunerado que se ha señalado en casos anteriores. Esta primera condición de tres aristas es el impedimento fundamental para lograr su independencia económica. La labor de madre cuidadora a tiempo completo es asignada culturalmente a la participante y eso merma sus deseos de colaborar con el sustento monetario. Como una mujer de los estratos bajos de la clase trabajadora de la GAM, vender su fuerza de trabajo en el mercado del empleo formal involucra necesariamente comprar el servicio privado del cuidado de su hijo. Así, la relación dependencia económica con su esposo se hace más fuerte y limita las posibilidades de autonomía y decisión.

La segunda condición múltiple es la que involucra la procedencia, la referencia cultural y la ubicación geográfica de la participante. No solo importa la distancia que la separa de su familia entre Alajuela y Cartago, sino cómo esto desarticula una red de apoyo esencial. Si bien el crecimiento urbano en la GAM del país ha sido catalogada por la Universidad de Costa Rica —en un informe de Muñoz (2025)— como de un desarrollo desordenado, sin planificación y desigual, tiene la característica de incluir tanto las actividades comerciales de las ciudades-cantones como la organización heredada de pueblos de la ruralidad. Esta dicotomía hace que mientras Valery aspira a la cercanía familiar —típico

de entornos rurales— para cumplir con su rol de madre asignado culturalmente, las barreras del tipo de trabajo precarizado, deficiente infraestructura y pobre sistema de transporte público en la urbe subdesarrollada, impide que cumpla con las expectativas de realización.

Todas las motivaciones que aquí se han revisado, tienen un componente económico fundamental, sin embargo, la percepción de vulnerabilidad material de las participantes está construida por medio de sus experiencias particulares. Esta interseccionalidad de factores genera situaciones como la doble carga del trabajo reproductivo, sabotaje económico, violencia doméstica y, en resumen, la percepción de estar a punto de caer en pobreza extrema o bajar de estrato económico, según sea el nivel de estabilidad económica previo a convertirse en creadora de contenido sexual.

Las representaciones sociales que dan sentido a las motivaciones de las participantes están inmersas en la dinámica de autopercepción de vulnerabilidad - hipersexualización de la imagen de la mujer - resolución y gestión de la necesidad. En la primera relación, median las representaciones que conciben a Only Fans como una oportunidad económica idónea para el caso particular de cada mujer frente a la vulnerabilidad que viven. Luego, la aceptación de su imagen erotizada también activa la representación de compensación de la doble carga como mujer trabajadora sin remuneración y que pierde su identidad a cambio de someterse a un tipo de alienación sexualizada. Por último, los créditos de este proceso se materializan en los primeros pagos de la plataforma que conforman la representación de cambio súbito de las posibilidades económicas que revuelven las urgencias materiales. Así, termina de conformarse el primer subsistema representacional de este fenómeno en la dimensión psicosocial de las participantes.

4.2 Resignificación del trabajo: contenido sexual, autopercepción y estigma

En este apartado se desarrollan las representaciones sociales que vinculan la autopercepción de las mujeres participantes con los significados que asignan al trabajo de creadores de contenido sexual para Only Fans. La sexualización de la imagen femenina es una construcción compleja que tiene una dimensión psicosocial profunda en la concepción de la libertad individual, la agencia de lo sexual, el consumismo, cánones estéticos y, en resumen, a la dicotomía entre hipersexualización trivial y empoderamiento femenino. Todos estos elementos son interiorizados como esquemas representativos filtrados por la psiquis de las participantes. Cada una asimila estas representaciones generales y las acomoda según sus

experiencias en la cultura donde cumplen un rol en tanto mujeres jóvenes de los sectores populares de la GAM en plena consolidación del neoliberalismo en Costa Rica.

Resulta fundamental reconocer el sistema representacional que da sentido en la psicología de las participantes a la categoría de mujer como sujeto social. La primera representación, previamente anunciada, es la *representación de feminidad erotizada*. Esta refiere a cómo las creadoras de contenido son conscientes de los significados que rodean al cuerpo y el rol social de la mujer en la sociedad capitalista y el sistema patriarcal, y de cómo interiorizan estos elementos en su psicología para interpretar su lugar en la colectividad y participar en la cultura.

Un estudio de Andres et al. (2024), demuestra, a partir de una extensa revisión bibliográfica, que la influencia de las redes sociales y de los medios de comunicación digital se han posicionado como la fuente principal de reproducción de los ideales de apariencia corporal en mujeres jóvenes de Latinoamérica. Esto quiere decir que el aparato que traduce los conceptos de belleza y autoaceptación con los que las mujeres jóvenes construyen su autopercepción, es el mismo del cual emergen las plataformas digitales que comercian la imagen sexualizada femenina.

Las mujeres creadoras de contenido han demostrado conciencia de sus atributos y roles como mujeres jóvenes y asocian estas concepciones a su quehacer como modelos de Only Fans. Sin embargo, estos conocimientos aparecen como percepciones sobre la conducta de sujetos externos que forman parte de su contexto o, por el contrario, de lo que llaman “la gente”, una forma de lexicar un sentido común que, si bien comparte elementos representacionales con las nociones que se construyen desde ella mismas como grupo de mujeres, son un conjunto de valorizaciones, opiniones y percepciones externas, es la mirada del otro, una alteridad que moldea una escala axiológica propia y que sirve para interpretar la hipersexualización y la cosificación de sus cuerpos.

Las narraciones que permiten dilucidar este marco representativo son aquellas que afirman que para desarrollarse como creadora de contenido sexual, primero debe existir noción de los propios atributos de belleza culturalmente aceptados para después confirmar que sus cuerpos erotizados en imágenes y videos pueden ser una mercancía con mayor o menor demanda.

Cuando me tomo fotos normalmente es porque ese día amanecí sin nada que hacer y de casualidad coincidió que me sentí bonita y me tomo algunas fotos y ya esas son las que subo. Normalmente, me compran contenido unas 10 o 15 personas, así que gano

unos \$100 dólares, tampoco es mucho (Ana, comunicación personal, comunicación personal, 15 de enero de 2024)

En este testimonio, el contexto está libre de urgencia económica, pero aún así la comparación entre lo que la participante considera “no mucho” dinero por la compa que hace una decena de clientes por una sesión de algunas fotos que realiza de manera inconstante, denota una conocimientos específicos que solo una creadora de contenido podría ordenar y organizar de modo que interiorice una escala de valor y precios por medio de la experiencia que le permita evaluar su desempeño de manera rápida y efectiva sin importar que este sopesar tenga una importante carga subjetiva y, más bien, valiéndose de esta para entender su entorno a cabalidad.

Previo a develar esta habilidad adquirida para medir la valorización de su imagen sexualizada, la participante demuestra que lo fundamental es la autopercepción que experimente y si esta se encuentra en sintonía con la demanda social y los patrones de belleza estandarizados en la cultura. Cuando menciona “me sentí bonita” y esto se asocia con la disponibilidad de tiempo, explica que lo más importante es la condición emocional, por encima de contar con el espacio y los instrumentos de trabajo. Aquí la autopercepción es crucial en tanto “sentirse bonita” no es un estado constante y, más bien, esporádico.

Lo anterior se repite en otros testimonios donde la condición económica es urgente y otros, como este, cuya determinante no es la urgencia material. En todas las participantes, existe alusión a un juzgamiento de la propia imagen que conlleva una carga emocional importante, por lo general, asociada a inseguridades, a la vivencia de la depresión, la ansiedad y la angustia, todo esto filtrado en la experiencia de ser mujer joven de la GAM. La participante tiene 30 años de edad y es recientemente egresada de la carrera de Psicología de una universidad pública, en este contexto, alude que Only Fans es la actividad que le permite ganar algo de dinero —siendo dependiente económicamente de su familia nuclear— mientras espera lograr un trabajo para desempeñarse como profesional. Esto último lo menciona indicando desesperanza y poco optimismo entendiendo la crisis de empleabilidad post pandemia que golpea especialmente a las mujeres de su condición, lo cual es prueba de los conocimientos y lectura de la realidad económica que integra bien a su actividad en la plataforma.

Rutinaria, no tenía una mala vida o una vida cansada o demandante, pero si era aburrida la mayor parte del tiempo, siento que ahora como me puedo cuidar más, me

siento más bonita y eso también me hace estar de mejor humor para tomarse fotos para mis contenidos de la página y si subo mas contenido, me va mejor. (Claudia, comunicación personal, 20 de enero del 2024)

Nuevamente, en este relato, otra participante que no acusa necesidades económicas urgentes, adjudica importancia superior a su autoconciencia como mujer que puede despertar la atracción de la otredad al cumplir con patrones estéticos y asimilando esto en su emocionalidad. Al respecto, Pinto, Beber y Malacarne (2025) realizan un lectura foucaultiana sobre cómo los ideales de belleza logran imponerse por medio de nuevos mecanismos digitales como parte de la innovación tecnológica del sistema que impacta de especial manera al cuerpo de la mujer. Siendo Claudia, una mujer de 31 años, empleada de una tienda en un mall de la GAM y con estudios secundarios completos, identifica que la monotonía de participar en la economía precarizada de su ciudad-cantón representa el principal obstáculo para sentirse realizada como mujer. Aquí la realización, según expone ella, equipara la estabilidad económica con autoperibirse atractiva para la otredad, esto es, revalorizarse frente a la mirada y la aprobación de la mirada externa.

Los autores antes mencionados, indican que la sociedad contemporánea hace del cuerpo de la mujer un espectáculo permanente, controlado por los mecanismos del mercado, condicionado por la superestructura sociocultural y observado-juzgado por los códigos morales históricamente reproducidos. En el caso de Claudia, como en otros de este estudio, la mención sobre “sentirse bonita” es explicada como el cumplimiento de estándares mínimos de belleza que se confirman cuando generan respuesta en el deseo de los hombres que compran su contenido. En cambio, con esta expresión no alude a un nivel determinado de bienestar psicológico orientado por la autoaceptación, sino que esta noción viene por añadidura y reducida a los cuidados estéticos y de consumo que pueden lograr una vez que cuentan con el dinero generado en Only Fans.

Así es que se hace indispensable la existencia de una *representación social de la valorización del cuerpo femenino* en el contexto de la idealización de un conjunto de atributos interseccionales como etnicidad, contextura anatómica, grupo etario, entre otros elementos que deben interactuar con la representación que las creadoras de contenido desean proyectar estratégicamente y como parte de su personalidad en tanto mujeres conscientes del tipo de respuesta que generan según la experiencia de exhibir su imagen sexualizada como mercancía.

Según el conocimiento explicado por las participantes sobre la dinámica de producción de contenido sexual, la autopercepción es crucial al momento de definir el tipo de imagen sexualizada que se ofertará en el mercado de Only Fans. Esta instrumentalización de la percepción controlada de los cuerpos femeninos empieza de manera espontánea, desde la inseguridad base que anuncian las participantes que evoluciona a curiosidad por el mundo de las plataformas que comercian erotismo y luego, al ganar experticia en una suerte de catálogo determinado por la idea de perfección corporal, transforman el producto de las relaciones de poder que cosifican la sexualidad femenina en tipificaciones.

De este modo, se hace también indispensable la *representación social de tipificación hegemónica-fetichizada*, la cual aglomera elementos que privilegian la dimensión de actitud de una RS, tal y como la teoría de Moscovici (1984) la define en tanto orientación que fluctúa entre lo que se asume negativo o positivo con respecto a un proceso colectivo de orden cultural, como lo es la construcción y sostenimiento de patrones estéticos en una sociedad determinada.

Esta representación social es de gran utilidad para las creadoras de contenido en tanto les permite ubicarse en el espectro de posibilidades para la creación de contenido erótico. La dinámica — según se interpreta desde su explicación— consiste en organizar los esquemas psicológicos sobre su autopercepción como mujeres jóvenes de la GAM y categorizarse dentro de una suerte de escala de belleza erotizada donde existen al menos dos polos bien definidos. Uno de los extremos es el que han sugerido como una imagen sexualizada hegemónica, es decir, que cumple con todos o la mayoría de características estéticas impuestas a las mujeres en la reproducción de ideales difundidos en los medios de comunicación y, en especial, por medio de las plataformas virtuales como redes sociales y, por supuesto, para el consumo de contenido sexual.

Según indican las participantes, la belleza hegemónica en este contexto incluye atributos como piel de tez blanca, ojos claros, de juventud relativa, de contextura delgada, de rostro simétrico con rasgos europeizados, entre otras características que, a diferencia de estas, pueden variar con mayor flexibilidad, por ejemplo, el componente de actitud (fuerte, sumisa, indiferente, etc.), orientación sexual o formas de autoexpresión (tatuajes, peinados, vestimenta, etc.) que aunque no determinan el ideal de deseabilidad, si pueden potenciar su efectividad al plasmarlo en el contenido.

Pues no sé la verdad y tampoco quiero pensar mucho en eso, desde que estaba en el colegio tuve problemillas por bonita, y yo sé que suena súper creído, pero ahora en

terapia entiendo que el pretty privilege te da muchas facilidades, pero las mujeres vemos la belleza de las otras mujeres como una amenaza, así que nunca tuve amigas o una relación cercana con una mujer, más bien por el contrario, llegaban chiquillas a pegarme porque decían que yo le estaba coqueteando al novio y yo ni sabía quién era el novio. Y ahora de grande me han llegado mensajes de odio que uno pensaría que es algún mae enfermazo loco que de la obsesión le quiere hacer daño a uno. Pero no, son mensajes de odio de mujeres diciéndome de todo de lo que me voy a morir, y todos los insultos conocidos y por conocer, y yo ni sé quienes son ellas ni sus parejas. Lo que me imagino es que en algún momento habrán descubierto que sus novios se suscribieron a mi página, o no sé, es lo que yo me imagino porque la verdad no sé. (Mariana, comunicación personal, 2 de octubre de 2024)

Mariana, a sus 26 años, relata que esta revisión guiada por una profesional en Psicología, le ha permitido interpretar su experiencia en la interacción sexualizada por otros como producto de un privilegio de belleza hegemónica. La participante anunció también que esta relación pensada como una escala de belleza asimilada en los esquemas mentales de manera directa como una situación casi natural en la vida social y sin cuestionamientos, logra instaurarse como una dinámica de competencia entre mujeres por escalar en la deseabilidad sexo-afectiva en la mirada de la otredad que juzga según esta dicotomía representacional.

Al final de este testimonio, la creadora de contenido describe cómo al ser consciente de ocupar un lugar privilegiado en la escala de belleza hegemónica, procede, después de un proceso de autoconocimiento, a instrumentalizar y usufructuar este rol sociocultural para encarecer su imagen sexualizada y permitirse así gestionar con mayor autonomía los precios de su producto en la plataforma. Mariana, al cumplir con la mayoría de las características de la belleza hegemónica en Latinoamérica, accede de manera automática a un conjunto de beneficios como creadora de contenido sexual, pero este privilegio es percibido desde muy temprano antes de convertirse en modelo de Only Fans, lo que sugiere que la ganancia de estas ventajas es producto de un vuelco en la forma de gestionar su rol como mujer considerada bella en su entorno de interacciones.

La participante pasa de experimentar el acoso sexual de los hombres que la circundan y de recibir el ensañamiento de las mujeres que reaccionan con violencia al sentirse desplazadas por ella, a gestionar su imagen hipersexualizada para controlar en alguna medida estos afectos que despierta, principalmente en los acosadores que ahora son consumidores de su imagen sexualizada y deben pagar por acceder a la mercancía de Mariana ha preparado. A

pesar de que esta autopercepción ahora está instrumentalizada y relativamente controlada su proyección, la respuesta agresiva de las mujeres que circundan su entorno ha crecido pues, como indica, ahora no se trata de sospechas de posibles coqueteos, sino de una actividad comercial donde la entrevistada, al ofertar su imagen sexualizada, permite confirmar de manera fehaciente quienes son los hombres que generan la demanda de su mercancía sexual.

Lo anterior termina en el desplazamiento total y efectivo de las mujeres que la consideran una rival por captar la atención de sus parejas hombres, puesto que ya no se trata de actitudes que despierta la belleza hegemónica de la participante en situaciones cotidianas —como interacciones en el colegio— sino que ahora es un mercado bien establecido con actores definidos en tanto la oferta y la demanda que favorece rotundamente a las mujeres que destacan por sus atributos estéticos y posterga a las que no. Incluso si estas últimas no participan en este mercado de la imagen sexualizada, se autoperciben postergadas y excluidas, no del mercado, pero sí de la dinámica general del ejercicio de la sexualidad, de las relaciones afectivas, lo cual, según este testimonio, despierta una rabia especial para con las modelos de Only Fans.

Por otro lado, en paralelo al aprovechamiento de la belleza hegemónica, la otra polaridad se ha denominado en este estudio como la imagen fetichizada de las mujeres creadoras de contenido sexual que no cumplen con los estándares estéticos impuestos culturalmente. En este conjunto de percepciones sobre la propia condición de belleza, un subgrupo de participantes se ubican por medio de expresiones como:

“No soy tan bonita, sin embargo, me sé promocionar” (Luisa, comunicación personal, 16 de junio de 2024). “Me buscan más por el fetiche que por la belleza”, (Maira, comunicación personal, 27 de enero de 2024). “Yo no tengo que enseñar nada más que mis pies” (Daria, comunicación personal, 2 de octubre de 2024). “Los hombres me ven como una mujer rara y eso les gusta” (Julia, comunicación personal, 15 de marzo de 2024).

Estas autopercepciones son manifestaciones de una dinámica psicológica en donde la concepción de belleza estandarizada es asimilada por estas mujeres y, desde ahí, construyen su propia interpretación de lo que significa ser una mujer privilegiada, evalúan contrastando con sus propios rasgos como si se tratara de una lista de cotejo y concluyen, a partir de su experiencia en la interacción colectiva, que, si bien resultan atractivas para los hombres —con acoso sexual y situaciones no consentidas de por medio— su belleza no es tal sino un conjunto de atributos que, al ser pervertidos (reorientados) por el morbo construido en la cultura machista y las relaciones de poder, resultan deseables. Esto es una belleza marginal

que produce una imagen sexualizada fácilmente fetichizada por la mirada del otro, que incluye al que consume esto como una mercancía en Only Fans.

Esta separación entre quienes se autoperciben como mujeres de belleza hegemónica y otras de atractivo fetichizado se reconoce en la psicología de las participantes como un estado superior de asimilación de los significados de lo estético y las imposiciones culturales. En las experiencias previas a convertirse en creadoras de contenido sexual, su participación en las interacciones interpersonales y el ejercicio de la sexualidad fueron generando los elementos representacionales que luego pondrían en práctica en su actividad económica.

Diay la plata, nosotras toda la vida hemos sido una familia humilde, siempre fuimos mi hermana, mi mamá y yo, mi papá nunca nos ayudó y mi mamá hacía lo que podía con lo poquito que ganaba limpiando casas, así que nosotras empezamos a trabajar desde muy pequeñas. Como casi no había para comer yo siempre fui muy flaca, así que toda la vida me dijeron que era muy bonita y empecé a trabajar en pasarelas de ropa sencillas en mall o cosillas así, tampoco era modelo, pero si hice la conexión de que si estaba flaca era bonita y si era bonita tenía por lo menos trabajos rápidos que le ayudaran a mami y así crecí, luego fui modelo de tiendas de ropa deportiva en instagram o en tiendas de lencería y cuando mi hermana por situaciones complicadas de ella empezó a hacer only yo no lo vi como algo tan distinto a lo que yo ya hacía, entonces me animé y aquí estoy todavía. (Vanessa, comunicación personal, 15 de marzo de 2024)

Vanessa hace el ejercicio de contrastar la representación negativa de su experiencia en el modelaje tradicional, en donde pone de manifiesto que el mecanismo más efectivo para poder construir la autopercepción con respecto a la belleza es formulando una **representación social de retroalimentación** sobre el propio cuerpo. Los comentarios como “hay que bajarle”, refiriéndose a la cantidad de comida en la ingesta, o la normativa subyacente expresada en la frase “acuérdense que mañana solo se desayuna café”, son muestras claras de cómo una representación social del propio cuerpo y su categorización se construye por medio de los mecanismos de objetivación y anclaje, que explicados por Villarroel, G. (2007) y en Muñoz (2019), se describen del siguiente modo en este caso específico:

Existe una noción general de la belleza hegemónica que se emplea en el contexto de la gran industria de la moda y de la estética como mercancía. En este escenario, el producto es tan encarecido que requiere de inversión constante en el cuidado corporal de las modelos

que acceden a servicios muy costosos, desde entrenamiento cual si se tratara de atletas fisicoculturistas, planes nutricionales personalizados, intervenciones quirúrgicas estéticas, entre otros que son parte del valor agregado a la mercancía “mujer modelo” que cumple con generar un referente aspiracional en la cultura a gran escala.

De esta generalidad es que se descontextualiza y se objetiva la representación de cuidado corporal en tanto proceso necesario para la mercancía y se extrapola al uso cotidiano en contextos donde el modelaje remite a pasarelas de centros comerciales en ciudades-cantones. La forma de anclaje de esta RS solo es posible si se omite toda la parafernalia del modelaje industrial conservando únicamente el objetivo de mantener un peso corporal bajo por medio de las formas más rudimentarias posibles como la privación de alimento y, en el mejor de los casos, realizar ejercicio cardiovascular.

La consecuencia de este reduccionismo es que la representación es que el feedback o retroalimentación resulta nocivo para la autoestima de las mujeres, en especial, las jóvenes. Mariana se dedicaba al modelaje amateur en su cantón desde los 12 años de edad y esto supone estar expuesta en plena adolescencia a comentarios que moldean su autopercepción con respecto a lo que es aceptable en términos de belleza femenina. Esto, por supuesto, instaló la idea autolesiva que asocia su valía como mujer “bonita” con mantenerse delgada a toda costa, exponiéndose así a trastornos de la conducta alimenticia, a malestar físico-psicológico y, sobre todo, a la docilidad frente a los patrones impuestos.

La participante indica que un reforzador contundente de esta representación fue el hecho de haber vivido pobreza extrema en la infancia tanto que su alimentación la hizo delgada por desnutrición. Esta experiencia contribuye a una distorsión cognitiva de sobregeneralización donde se asocia la delgadez —sin importar los medios para alcanzarla y sostenerla—, para cumplir con los estándares estéticos impuestos, incluso si los métodos son nocivos para su bienestar integral.

Para finalizar, Vanesa indica que su experiencia en el modelaje amateur le parece similar a la actividad en Only Fans, colocando estas dos formas de venta de mercancía de la imagen de la mujer en un solo grupo. Efectivamente, lo que señala es que existen límites difusos entre ambas actividades porque están atravesadas por la representación social de sexualización de la imagen de la mujer. Aunque en distintos niveles de sexualización, el haber sido modelo amateur desde la pubertad significó asimilar que existen restricciones en la exposición del cuerpo de una menor de edad, pero que, sin embargo, sigue siendo un tipo de mercancía donde la feminidad, la juventud y la delgadez responden a exigencias que explotan la sexualidad femenina aunque no sea en el terreno de lo erótico.

Al respecto, Nayar (2017), a partir de un estudio realizado con trabajadoras sexuales del formato “adult webcam”, indica que, para estas mujeres, un elemento clave en el negocio es centrarse en la noción de amateurismo puesto que crea un ambiente de originalidad, autenticidad y, en resumen, de cercanía con el cliente. Así, aunque los límites entre el modelaje y la venta de contenido sexual es importante para participantes como Vanesa, su autopercepción como modelo amateur le permite desenvolverse en el ámbito del erotismo —ya libre de restricciones formales que mediaban cuando era menor de edad—.

Para participantes que afirman no cumplir con los estándares de belleza hegemónica, resulta crucial desarrollar una interpretación de actitud positiva con respecto a su imagen sexualizada convertida en mercancía. Aluden que ese cambio súbito producto de la demanda que existe por sus cuerpos expuestos en la plataforma no solo involucra ganancias económicas, sino motivación que las participantes filtran por medio de una *representación social de autoconfianza*. Este elemento representacional se encarga de asimilar la retroalimentación del afuera como una respuesta que valida y valoriza a la mujer pero en tanto su imagen sexualizada mercantilizada.

Ser bonita y tener confianza ante la cámara, eso es todo, porque tampoco es necesario estar super operada y producida para ser atractiva, hay que averiguar quiénes son nuestro público más prometedor y vendernos ahí. Para gustos colores, así que siempre habrá alguien interesado en consumir nuestro contenido. (Hilary, comunicación personal, 2 de marzo de 2024)

Este fragmento de entrevista ilustra cómo la representación de confianza opera traduciendo de manera sistémica los siguientes elementos: la condición de inseguridad por no pertenecer al grupo de las mujeres de belleza hegemónica, la respuesta de los consumidores y las ganancias monetarias. De este modo, en los esquemas psicológicos de la participante, esto resuelve en validación y revalorización de su atractivo sexual desde la mirada externa. Esto supone que Hilary identifica que los ideales de belleza en el campo de la hipersexualización se flexibilizan y varían según demuestra la demanda de sus fotografías. Es decir, la prueba de que existen otros caminos para lograr la validación es que en el mercado de la imagen sexualizada existen compradores que buscan específicamente otro tipo de belleza: “para gustos colores”.

Estudios como el de Mosley et al. (2023) demuestran que existen diferencias en la cosificación y sexualización de la imagen de las mujeres desde la mirada de los hombres

dependiendo de si cumplen con características de racialización hegemónica. Descubren así que un grupo de hombres estadounidense sexualizan con mayor morbo —deshumanización animalizada y menor adecuación— a mujeres negras cuyas imágenes no están erotizadas. Sin embargo, cuando se trata de imágenes erotizadas de mujeres blancas de belleza hegemónica, los hombres responden objetivando y sexualizando con mayor intensidad.

Otros estudios como el de Avery et al. (2021) encuentran que las mujeres de belleza no hegemónica que aceptan este patrón estético como referencia —en el caso del estudio, mujeres negras universitarias—, tienden a experimentar mayor culpa, vergüenza, distanciamiento emocional y autoconsciencia por su condición sexual, además de registrar menor asertividad y satisfacción en el ejercicio de su sexualidad, según las mediciones del estudio.

Estos datos pueden indicar que es posible que en los casos de mujeres que aceptan los estándares de belleza hegemónica y construyen desde ahí su propia validación como una suerte de belleza alternativa, pueden estar expuestas, como Hilary, a mayores niveles de vulnerabilidad con respecto a su autoestima. Aunque la participante alude que su participación en OnlyFans le ha significado un realce positivo en su autoconcepto, también comenta —en el marco de la pregunta emergente sobre cómo se visualiza corporalmente— que sus inseguridades constantemente le provocan malestar al punto de expresarla con llanto, por ejemplo, porque considera que es extremadamente delgada, que aparenta desnutrición y que no puede usar vestidos por esta razón.

Si se considera lo que Hilary menciona que no es necesario “operarse y estar súper producida” para lograr ser “atractiva”, se puede inferir que la representación social de imagen sexualizada de la mujer opera como método para validar su capacidad de ser deseada sin necesidad de modificar radicalmente su cuerpo (operarse) ni invertir en retoques estéticos, lencería y programas para edición que sean caros (producirse). Esta validación solo tiene sentido, a su vez, por la representación de belleza tipificada como hegemónica o fetichizada, dado a que la participante se autopercebe como una mujer que no cumple con los estándares de belleza pero que en el mundo del OnlyFans, encuentra que es atractiva para sus consumidores.

Otras participantes han confirmado la aseveración de Hilary con respecto a que existen compradores que buscan variedad dentro del espectro de belleza hegemónica y fetichizada, la mayoría alude a que es una condición de los hombres heterosexuales que tienen gustos con pocas limitantes, que tienden a la perversión —en el sentido de privilegiar el fetiche por encima del aprecio por la belleza hegemónica—, a desatar sus fantasías

sexuales, a cosificar y deshumanizar con mayor potencia cuando se trata de mujeres de imagen fetichizada.

De este modo, mujeres como Hilary, Claudia, Julia, Mariana, Daria y Ana, se autoperciben como atractivas a pesar de no cumplir con los estándares de belleza hegemónica, sin que esto signifique que hayan superado de manera crítica o por introspección reflexiva la influencia de la imposición normativa de la estética dominante, sino, más bien, que han aceptado esta noción a cabalidad y construyen su autoimagen como una suerte de belleza alternativa, siempre con respecto al tipo estético de referencia. Aquí es donde se establece el debate interno en las entrevistadas sobre si las creadoras de contenido sexual se empoderan fortaleciendo su autoestima por medio de la respuesta y demanda que generan en los compradores de su imagen sexualizada o si esto responde a una dinámica trivial del consumismo donde la cosificación del cuerpo de la mujer permite que los clientes disfruten de un catálogo variado donde la belleza alternativa y fetichizada tiene un lugar importante.

En las conversaciones con las creadoras de contenido, no es posible determinar si esta disyuntiva interna en la psicología de la autopercepción tiene fundamentos para considerarse real empoderamiento y autoestima, principalmente porque son las mismas participantes las que proponen una doble lectura de este fenómeno.

Sin embargo, lo que se puede afirmar es que las entrevistadas cimentan su autoconfianza siempre en relación a poder atreverse a crear contenido sexual a partir de la imagen de su cuerpo e interpretando como validación sus logros en el mercado digital de la compra y venta de contenido sexual. No obstante, no existen cuestionamientos sobre la dinámica sociocultural que hace posible que la belleza hegemónica sea considerada y aceptada como tal, lo cual demuestra, a su vez, que a pesar de la autoconfianza, las creadoras de contenido reciben de manera pasiva esta influencia. Esto lleva a este estudio a postular un criterio e hipótesis sobre la naturaleza de la autoconfianza en este contexto, definiéndose como una compensación y búsqueda de autoafirmación frente a el control del cuerpo que ejerce el sistema patriarcal que potencia el capitalismo neoliberal pero sin escapar de la lógica del mercado del consumo permeado por significados del machismo superestructural.

Es en este punto que los pensamientos que derivan de esta disyuntiva y debate interno en las creadoras de contenido conectan su autopercepción con el juzgamiento externo de su entorno sociocultural.

Creo que lo ideal sería que quien haga contenido lo haga con la percepción clara de que no estamos haciendo nada malo, que quien entre a este mundo lo haga con la

mente abierta y con ganas de aprender, porque yo entré muy reprimida de no querer ser muy vista y demás y no me fue tan bien en comparación a cuando me expuse un poco más. (Daria, comunicación personal, 27 de enero de 2024)

Daria, una mujer de 27 años de edad, presenta un relato que reúne elementos de la dinámica entre autopercepción y juzgamiento externo. Empieza con un consejo para quienes se inician como creadoras de contenido sexual indicando que, efectivamente, existe un debate interno en las mujeres jóvenes de la GAM cuando se deciden a sexualizar y comerciar su imagen en internet. Aquí “tener mente abierta”, significa renunciar a las nociones impuestas por la cultura machista conservador, pero, también y en paralelo, aceptar y ceder ante la demanda de cosificación e hipersexualización que conocen desde que experimentan acoso a temprana edad, pero esta vez con su consentimiento, donde tienen alguna participación al establecer las reglas que elijan aplicar y que la plataforma elija y, más importante, recibiendo una remuneración por brindar este acceso.

Colectivos de feminismo crítico como Federación de Mujeres Jóvenes (2024), han realizado investigaciones en donde logran sustentar que la representación de autonomía e independencia en el contexto de Only Fans es una ilusión de libertad sexual y empoderamiento económico que camufla o “blanquea” la reproducción de lógicas patriarcales permeadas del neoliberalismo contemporáneo donde los valores de la inmediatez y la desregulación del consumo permiten un mercantilismo mucho más dinámico del cuerpo femenino sexualizado. Así, las creadoras de contenido renunciarían a la crítica del machismo conservado de la vieja estructura pero se someten a las exigencias del machismo neoliberal bajo la retórica de elección autónoma y libertad de las mujeres para vender su imagen sexualizada.

Por lo anterior es que esta dinámica donde existe algún nivel de autogestión cuando antes no había ninguno, las participantes lo conocen como la autonomía e independencia que Only Fans les permite, refiriéndose de manera implícita —pero nunca verbalizada— a una libertad cimentada en un terreno de opresión sistémica.

Depresiva, era un hueco negro en el que me sentía ahogada por deudas, sola porque los papás de mis hijos no me ayudaban, el papá de mi hijo menor empezó a ayudarme hasta que el cumplió 2 años, o sea, que la tuve muy difícil por mucho tiempo y si salía a trabajar en un trabajo normal no tenía quien me cuidara a mis hijos, estaba muy mal. Este trabajo de venta de contenido me dio mucho miedo al principio, me sentía como

una prostituta y no quería hacerlo, me sentía muy mal y yo lloraba cuando me tomaba las fotos, pero después empezó a llegar dinero y veía lo que mejoraba la vida de mis hijos y empecé a normalizarlo. (Julia, comunicación personal, 15 de marzo de 2024)

En esta línea de análisis, el testimonio de Julia representa bien cómo las desigualdades estructurales se ocultan en un discurso de superación de valores del conservadurismo. El relato también inaugura la asociación entre el modelaje erótico en Only Fans y la prostitución como dos formas de trabajo sexual. De aquí emerge la **representación social de diferenciación del trabajo sexual** que es una construcción colectiva que nace en la actividad de crear contenido para la plataforma y que es indispensable para la dignificación frente al juzgamiento conservador que equipara la venta de contenido sexual en internet con la pornografía y la prostitución, un juicio que se interioriza en las creadoras de contenido, especialmente cuando inician en Only Fans, y que luego se normaliza apoyándose en la representación de cambio súbito de la condición económica comentada en apartados anteriores y aunque aquí aparece como la mejora sustancial en la calidad de vida de los hijos de Julia.

Creo que piensan que soy una prostituta, a lo que he escuchado o que me han contado que hablan de mí en el barrio, desde que tengo 13 años y desfílo, las señoras dicen que yo soy una prostituta y que la “irresponsable” de mi mamá es la que me vende con señores. Entonces creo que la gente me ve así mayormente. (Vanessa, comunicación personal, 15 de marzo de 2024)

Es notable cómo las entrevistadas rechazan el calificativo de prostituta aludiendo a la necesidad económica que provoca su decisión de vender contenido sexual y a los réditos que esto genera, pero no aparece en sus argumentos la negación de que estas dos actividades de trabajo sexual estén asociadas de algún modo. Más bien, se encargan de diferenciarlas desde lo más fundamental: en Only Fans se comercia la imagen y en la prostitución se venden relaciones sexuales, lo que supone un nivel superior de alienación el cual no están dispuestas a experimentar. Las razones que dan distan de condenar la prostitución y a quienes lo ejercen, sino que mencionan el peso del juzgamiento social que cae sobre las trabajadoras sexuales, los riesgos extremos a los cuales se expondrían y al ambiente de violencia sistémica que recubre esa actividad.

A pesar de estas reflexiones que profundizan en la complejidad del fenómeno de la prostitución, las participantes expresan su necesidad de diferenciarse de la prostitución para sobreponerse del debate interno estimalo por el juzgamiento interno, como un proceso de dignificación y validación.

Pues no sabría la verdad porque mi circulo social no es muy grande, yo interactúo y no muy frecuentemente, con no más de 10 personas y todas son muy amables y simpáticas, pero sí sé que lo más probable es que las personas juzguen el tipo de trabajo que tenemos, si ya juzgan horrible a las mujeres por el simple hecho de existir, ahora las que nos expresamos libremente y lucramos con nuestra apariencia, pues peor. (Hilary)

Hilary sintetiza en su testimonio las representaciones sociales referentes al juzgamiento y la reivindicación del trabajo sexual de las mujeres como ella. Empieza identificando que el juzgamiento externo existe como parte de un sentido común conservador que trasciende las representaciones nacidas en el fenómeno del Only Fans, tanto que el señalamiento condenatorio viene de personas que incluso no conoce pero que son parte de la comunidad en donde ella vive.

Seguidamente, cuando menciona “el tipo de trabajo que tenemos”, evidencia que asume esta actividad como especial o, al menos, diferenciada de los trabajos tradicionales en el mercado. Esto quiere decir que entiende que la raíz de su actividad laboral proviene de el mismo fenómeno de hipersexualización y cosificación del cuerpo de la mujer el cual experimenta desde que es víctima de acoso en la cotidianidad, pero que reinterpreta apropiándose de su imagen sexualizada para obtener provecho económico.

Desde una lectura de Simone de Beauvoir (1949) —cuyo análisis se considera de gran vigencia en este trabajo—, el reconocimiento de la venta de contenido sexual en Only Fans como una labor especial, tiene sentido en tanto existen labores culturalmente asignadas a las mujeres en la sociedad patriarcal y que en la etapa del capitalismo contemporáneo se han ido transformando hacia una participación de la mujer en el ámbito público sin abandonar los roles de género tradicionales.

Es con respecto a esta imposición que OF representa algún nivel de ruptura con los valores tradicionales, pero sin romper con la hipersexualización y la cosificación de su propio cuerpo. En el libro “El segundo sexo”, la autora clásica explica que la mujer es ese “otro” o la

“alteridad” a la que se refieren los filósofos de su época sin incluirla de manera explícita por sesgos de género. La mujer experimenta la alienación de su cuerpo, se enajena de él puesto que ha sido cosificado y objetivado por el control social basado en la dominación del hombre y las instituciones que legitiman esta dinámica.

Por último, cuando Hilary menciona que “nos expresamos libremente y lucramos con nuestra apariencia”, refiere a un nivel de apropiación de su cuerpo cosificado y de su imagen hipersexualizada, lo que le significa que participará de los beneficios que pueda ofrecer la gestión de la alienación de su cuerpo. Esto resulta interesante en tanto supone una noción de libertad dentro de limitaciones y reducción extrema del cuerpo femenino a su forma de propiedad y mercancía. Es decir, la mujer no redefine la objetivación de su sexualidad, sino que participa de ella, ya no como un agente pasivo de su alienación, sino como mujer que agencia su sexualidad enajenada y cosificada para instrumentalizarla.

Es así que toma sentido la expresión de la participante que indica “si ya juzgan horrible a las mujeres por el simple hecho de existir”, que se plantea como una denuncia que hace explícita la **representación social de abandono de la pasividad impuesta**, que sirve para entender que la mujer es aquella alteridad dominada que explica Beauvoir (1949), condenada a la desigualdad y a la vulnerabilidad por las imposiciones de género. Este abandono no involucra una ruptura del marco normativo, sino, más bien, una estrategia de supervivencia adscrita al sistema de opresión, dinamizado por los nuevos mercados virtuales y la tecnología.

Ni idea porque por lo menos mi familia nuclear sabe, mi mamá y mis hermanas están al tanto, pero no se si será por incomodidad o por indiferencia, que nunca me han dicho nada, no son muy partícipes de mis decisiones entonces creo que me ven con indiferencia. Ahora, la gente de afuera si creo que me ven como una tierrosa porque cuando voy a recoger a mi hijo veo mamás que se me quedan viendo raro, no dicen nada, pero si se siente una mirada juzgona. (Claudia, comunicación personal, 20 de enero del 2024)

En este relato, la representación social de juzgamiento sirve para interpretar el silencio de las personas que integran los grupos de referencia de la participante —Esto es, familia nuclear, amistades y comunidad— y ubicarlos como posible incomodidad o indiferencia. En ambos casos, supondría la ausencia de aprobación o validación explícita del círculo social más cercano. Pero, cuando se amplía al nivel comunitario —representado por

los vecinos y las madres de los compañeros de escuela de su hijo—, la representación social sirve para identificar que la interpretan como una mujer vulgar y de poca valía social, lo que se extrae de la denominación y jerga de “tierrosa”.

La representación de juzgamiento es explicado por las entrevistadas con al menos tres niveles: Primero un juzgamiento interno producto de asimilar los códigos sociales y roles de género en la sociedad patriarcal. El segundo es un nivel de juzgamiento externo implícito, donde se presume la condena social por efectos del sentido común que se construye en la cultura sobre lo que debe ser una mujer respetada. El tercero supone la condena explícita y efectiva donde la mirada juzgadora externa se materializa en agresión y violencia efectiva.

Diay como te digo, la gente nos ve como lo peor, y eso que nunca nos han visto en persona con ningún hombre, porque ahí sí es cierto que seguro hasta la policía nos llaman. Pero si creo que nos ven muy feo, en la pulpería a uno le sonrían pero uno se da vuelta y uno sabe que se quedan chismeando de cosas imaginarias que vieron en nosotras. También me da pena por mis hijos porque no quiero que en algún momento los hijos de otros adultos escuchen como se refieren a nosotras y los lleguen a molestar diciéndole que “Su mamá es una tal por cual” pero ahorita esto es lo que nos da de comer y yo se que cuando llegue su momento nos iremos a otro lugar donde no los molesten. (Julia, comunicación personal, 15 de marzo de 2024)

En este testimonio se logra apreciar la intersección de los niveles de juzgamiento explicados desde la representación social. Empezando por la condena implícita, Julia reconoce que en la percepción de las personas de su entorno ella ocupa los lugares más bajos de la escala moral de una mujer, es decir “lo peor”. Siguiendo con la versión explícita de la condena, la entrevistada reconoce la posibilidad de ser acreedora de una denuncia policial formal por ejercer prostitución si es que es vista con un cliente de Only Fans en la comunidad. Por último, resulta ilustrativo como el nivel de auto-juzgamiento le permite a Julia inferir las consecuencias que recaería sobre su hijo si la condena social se extendiera hasta su entorno, y le permite también plantear posibles soluciones basadas en el alejamiento del núcleo de la crítica.

Resulta útil analizar este aspecto desde la teoría del panóptico de Michael Foucault (1975) que sirve para explicar cómo Julia interioriza la mirada disciplinaria del control social. Como resultado en la psicología de la creadora de contenido sexual, se establece una dinámica de auto-vigilancia que permite normalizar el castigo social aunque en su relato lo

determine como esencialmente injusto, de modo que lo categorice como una reacción natural de la sociedad. Este panóptico moral explica como una **representación social de juzgamiento y control** opera en la mujer provocando que actúe siempre bajo la presunción de vigilancia y decida evitar su materialización en condena efectiva por medio de violencia explícita, alejándose de las personas que la agredan (castiguen), en lugar de enfrentar la lógica de control social por entenderla como insuperable a nivel individual.

En síntesis, las representaciones sociales que permiten a las participantes organizar en esquemas psicológicos la interpretación que construyen el porqué su actividad en Only Fans funciona asociada la resignificación del trabajo sexual que generan son:

La representación de feminidad erotizada conecta con los elementos representacionales que ordenan la motivación económica puesto que permite dar sentido a la posibilidad de superar necesidades materiales a partir del aprovechamiento de la erotización que experimenta la mujer solo por interactuar en la cultura. La representación de tipificación hegemónica-fetichizada de la belleza, permite a las participantes aceptar los valores impuestos de la estética dominante y, a partir de ahí, ubicar su autopercepción para luego definir su proyección en negocio del Only Fans. La representación de autoconfianza es consecuencia de interpretar la respuesta lograda en la plataforma en la dinámica de oferta y demanda donde los compradores —hombres en su totalidad— confirman con su consumo que las creadoras pueden resultar atractivas ya sea por su belleza o su fetichización. La representación social de juzgamiento y control social permite hacer consciente los niveles de cuestionamiento y condena que también se interioriza en la psicología de las participantes como una suerte de autovigilancia.

En consecuencia, las entrevistadas se valen de una representación social que diferencia tajantemente su actividad como creadoras de contenido sexual de otras formas de trabajo sexual como la prostitución, esto es, una forma de dignificar y hacer frente a la condena.

Por último, los argumentos que rechazan la condena social se sintetizan en la demanda que expresa una representación social de abandono de la pasividad impuesta culturalmente a las mujeres sobre la cosificación y sexualización de sus cuerpos, y la decisión de participar de este fenómeno de alienación del cuerpo bajo la noción de que no son ellas las que han generado esta enajenación, sino la sociedad machista. Esto contiene elementos representacionales como libertad, autonomía e independencia que no contradicen el marco normativo de dominación patriarcal, sino que se adscribe a él en la etapa neoliberal del capitalismo y sus valores de libertad de consumo.

4.3 Alienación del trabajo sexual: el cuerpo erotizado como instrumento

Una vez que el conjunto de representaciones sociales contextualizan la demanda de las entrevistas por participar y reapropiarse la alienación y sexualización de sus cuerpos. Existe otro momento del proceso de asimilación y acomodación al sistema psicológico de las participantes donde el propósito es lograr instrumentalizar su imagen sexualizada. Es entonces que el cuerpo deja de ser un bien personal reapropiado para devolverlo al escenario público pero bajo la dinámica del mercado y con restricciones que las mujeres eligen entre la variedad de opciones que la plataforma les permite escoger.

Estas representaciones hacen posible que el cuerpo se convierta en un instrumento de trabajo en la producción de imagen sexualizada como mercancía. Este proceso involucra mantenimiento, inversión y gestión de esfuerzos físicos y psicológicos materializados en la estrategia de venta.

Mariana es la participante que más enfatiza este aspecto: “ parte importante de mi trabajo es mi apariencia, así que tengo que estar pendiente de lo que como, de mi peso, arreglarme las uñas, retocarme el tinte, cuidarme la piel de la cara” (Comunicación personal, 2 de octubre de 2024). Esta participante ha definido su tipo de contenido sexual que oferta desde la representación de belleza hegemónica que le permite ubicarse en esa zona de privilegio sociocultural. De este modo, explica que su contenido consiste en fotos eróticas que considera de un nivel de exposición medio. Además, indica que su imagen sexualizada se vende mucho mejor cuando ofrece un trato que sugiere sumisión con los compradores por medio de la página de Instagram que dedica exclusivamente a promocionar su cuenta de modelo en Only Fans.

Al saberse una mujer que cumple el ideal de belleza, Mariana evalúa la psicología que opera en la mayoría de sus compradores y los interpreta como hombres que no cumplen con las características de la deseabilidad social, que se resume en atributos físicos y, sobre todo, prudencia económica. En tal caso, evalúa que mostrarse dócil y de una ingenuidad que ella llama “medio tonta”, genera la ilusión de accesibilidad en los hombres que ven sus videos promocionales. La participante instrumentaliza su imagen sexualizada valiéndose de una lectura compleja de las interacciones de género en la sociedad capitalista neoliberal donde no existen garantías sólidas para lograr las expectativas de consumo, situación que impacta en la autopercepción de los compradores hombres que tienen un papel fundamental de consumidores aspiracionales.

Esta estrategia que potencia la demanda de la mercancía sexual es posible por la *representación social de autenticidad y accesibilidad*. Consiste, entonces, en generar un escenario donde, en apariencia, los permisos y exigencias sociales de género se flexibilizan a cambio del pago por la mercancía sexual, que es cuando se hace efectiva y abandona su forma de ilusión.

Cuando mi amiga me contó de la plataforma ya mi bebé tenía como 3 meses, y yo desde que el papá de mi bebé me abandonó deje de comer por la depresión y bajé mucho de peso, luego con la lactancia bajé muchísimo más de peso, y yo siempre he sido gordita, pero en ese momento llegué a pesar 52Kg y como estaba delgada, creí que ya podía hacer contenido y me abri la cuenta y empecé a promocionarse, hay páginas en redes sociales que se dedican a eso, a promocionar muchachas y yo me metí ahí. Mi hermana siempre fue muy vanidosa y me ayudó a arreglarme y empecé, en el primer mes me gané como 450.000 y con eso compro comida, pagué un mes de alquiler que tenía atrasado y todavía me faltaban 2 meses más, pero cuando vi que podía ganar dinero me metí solo en eso y empecé a generar una cantidad parecida los siguientes meses, me costó mucho pero en 6 meses ya tenía todo al día y estaba tranquila monetariamente hablando. (Julia, comunicación personal, 15 de marzo de 2024)

Aunque este testimonio contiene elementos representacionales de orden económico y, sobre todo, de autopercepción—que se han revisado en el primer y segundo apartado del análisis, respectivamente—, es útil para entender cómo en el sistema de representaciones no existe un límite real entre los elementos y más bien se comportan como un todo entrelazado, interdefinido e indivisible. En el relato, Julia pone de manifiesto que la delgadez consecuencia del malestar general que experimentó fue indispensable para lograr condiciones físicas aptas para crear contenido sexual. Esto significa una instrumentalización de los cambios físicos que en conjugación con las necesidades económicas y la autopercepción, resuelven en trabajo sexual remunerado.

Una investigación de Chen, van Tibulrg y Leman (2023) encuentra que existe una asociación positiva entre la presentación sexualizada estratégica de mujeres en redes sociales y la auto objetivación sexual que experimentan como asimilación de los códigos culturales. Julia, por ejemplo, podría ser una mujer que alcanza niveles de auto objetivación que le permiten instrumentalizar su imagen sexualizada. Entonces, si para aprovechar la mirada

externa es indispensable operar psicológicamente por medio de la representación social de accesibilidad, para que una creadora de contenido pueda instrumentalizar la sexualización de su cuerpo se hace necesaria una *representación social de auto objetivación sexual del cuerpo*, que reúne elementos simbólicos que hacen posible identificar oportunidades para sexualizar la imagen y lograr la aprobación social en algún sentido que este caso implica la generación de público comprador.

Volviendo al análisis de Beauvoir (1949), se puede inferir que Julia aprovecha las posibilidades de sexualizar su imagen por medio de la auto objetivación corporal pese a que las condiciones que hacen posible su cambio físico son producto de la violencia sistémica—esto es, depresión por el abandono familiar, ser víctima de sabotaje económico y estar en pleno periodo de lactancia de su segundo hijo— que la hacen especialmente vulnerable a la pobreza extrema. Esto, según el clásico de la filosofía feminista, puede ser entendido desde la representación del cuerpo de la mujer como un medio y no como un fin. Así, prevalece el sexo femenino supeditado en función del hombre, pero, en tanto se convierte en mercancía, también sirve de recurso para la supervivencia.

Julia, luego de lograr su auto objetivación, puede entonces definir su contenido desde su autopercepción como mujer que no cumple con los estándares de la belleza hegemónica. Ella infiere que su imagen sexualizada es fetichizada por los hombres que la compran, lo cual, en su caso, hace que la representación social de autoconfianza solo le permita una determinación media, diferente al caso de Mariana que indica sentirse muy confiada de su proyección en la plataforma.

Siendo consciente de la fetichización de su imagen, la participante elige producir fotos eróticas que califica como medianamente explícito, esto es, aparecer en lencería, con poses sugerentes, utilizando la transparencia de las prendas, pero sin mostrarse teniendo relaciones sexuales ni completamente desnuda. Alude que esto, en principio es por las inseguridades que la afligen y por saberse menos competitiva que las mujeres de belleza hegemónica. Todo esto también es instrumentalizado por Julia: ella indica que esta noción de su propia corporalidad la anima a mantener una actitud confrontativa frente a la mirada del hombre comprador, de quien presume que no lo determina su falta de acceso a mujeres sin sus características, sino más bien, que les atrae como un fetiche o una suerte de belleza alternativa.

En consecuencia, la participante opta por instrumentalizar esta confrontación que siente y la disconformidad con el lugar asignado a su imagen sexualizada. El resultado es que produce videos promocionales donde asume el papel de la mujer indiferente para con el

consumidor, centrando su atractivo en una actitud fuerte y dominante que, según la participante, los compradores pueden asociar a la práctica sadomasoquista o a fantasías sexual donde los hombres son despreciados y humillados a los deseos de la mujer.

Ahora bien, aunque la instrumentalización de sus cuerpos convierte al físico de las mujeres en la materia prima de su negocio de venta de contenido, al ser ellas y su imagen el único recurso absolutamente indispensable —objeto de la producción, en términos marxistas— esto les permite gestionar aspectos que quedan bajo su control en el terreno de la transformación de su cuerpo en mercancía digital. Esto les permite gestionar los tiempos de su jornada laboral, los espacios en donde producirán las imágenes y el tipo de interacciones que desean establecer con sus clientes potenciales en la producción de su contenido.

Han cambiado en el sentido que ahora me ven como una rara. Yo quería subir contenido erotico pero no quería que se me viera la cara y luego dije “Bueno, eso está difícil, ¿Qué más puedo hacer que no me haga sentir tan expuesta?” Entonces empecé a subir contenido erotico pero de mis pies. La gente no me iba a ver expuesta íntimamente pero si iba a ganar dinero con una parafilia erótica. Luego me di cuenta de que era lo que más vendía y terminé vendiendo fotografías de pies pero un poco más explícitas, así que no sirvió de mucho tanto cuidado al inicio. (Daria, comunicación personal, 27 de enero de 2024)

Dentro de las posibilidades de controlar aspectos de la producción y venta de contenido sexual, esta participante de 27 años puede subsanar la inseguridad que indica tener por no cumplir con los requisitos estéticos para autoperibirse bella con la fabricación de imágenes erotizadas de sus pies, una categoría que se ha vuelto muy popular justamente por asociarla con la parafilia erótica que menciona la creadora de contenido. Poder elegir el nivel de exposición es parte de la *representación social de control relativo* de la creación de imágenes sexualizadas en Only Fans. Esta noción de posibilidades de gestión resulta un componente muy importante para las participantes, porque refuerza la diferenciación de su actividad dentro del espectro del trabajo sexual en mujeres, permite maniobrar entre las posibilidades de exposición sexual que varían según la diversidad de consumidores y sus preferencias de experiencias eróticas y provee de un marco de seguridad que, dentro de la virtualidad, regula la interacción de las creadoras de contenido con sus compradores.

Lo anterior resulta crucial en un contexto de incremento de la violencia misógina que impacta especialmente a mujeres que se desempeñan en trabajos donde su sexualización representa un riesgo latente. La representación incluye la denominación de “relativa” porque la gestión de las mujeres en Only Fans tiene límites claros en las directrices de la plataforma y, sobre todo, en la dinámica de oferta y demanda. Así, cuando Daria indica que no exponerse tanto “está difícil”, alude a estas limitaciones, puesto que a mayor exposición y en tanto sea más explícito el contenido sexual, incrementa el número de compradores y las ganancias, según indican las entrevistadas.

Es por esto que Daria explica que, al mediar esta representación de control relativo, es indispensable compensar los permisos que se otorga para hacer más atractiva su imagen como mercancía. De ese modo, opta por estimular al comprador vendiendo fotos de sus pies pero agregando la imagen de su cuerpo erotizado con parafernalia como lencería.

Pues definitivamente no tener miedo a mostrarse. Yo he visto así en face o insta que hay gente que pregunta que cómo se pueden hacer una cuenta, pero que la gente no sepa que son ellas, y en realidad no sé si se podrá, pero en mi experiencia, la gente es morbosa, la gente que compra su contenido es porque casi siempre la conoce y tiene curiosidad, o quizás solo es que una les pareció bonita, pero si creo que es mucho más fácil en cuestión de promocionarse si uno lo hace de manera pública, sin tener que ocultar quien es uno. (Vanesa, comunicación personal, 15 de marzo de 2024)

La representación social de control relativo para esta participante, está condicionada en última instancia por el morbo de los consumidores y el mercantilismo que dinamiza cualquier empresa capitalista. Esto supone que con el objetivo de ganar dinero en Only Fans, las creadoras de contenido deben tener clara la noción de la necesidad de asumir los riesgos de exponer su imagen sexualizada en la sociedad machista contemporánea. Aquí, el acoso sexual, la persecución y exponerse al femicidio por parte de los hombres compradores de su mercancía son algunas de las consecuencias que son explícitas y nocivas en comparación con la condena moral que suele ser ejercida por las mujeres que las identifican como rivales o mal ejemplo para la comunidad.

Pues muy bien, a veces hay gente que como que lo acosa a uno. Ya me ha pasado que hay muchachos que se me acercan viéndome horrible y me preguntan si soy yo, y me dicen mi nombre de usuario de la plataforma, y diay ¿Uno que hace?, yo les digo que

sí y me voy alejando, busco que haya un guarda cerca o algo así y pido uber, y me voy volando porque me da miedo. Pero si usted me pregunta, prefiero toparme un loco una vez por mes, que vivir un día con mi mamá. (Mariana, comunicación personal, 2 de octubre de 2024)

Las participantes, en su totalidad, indican que este riesgo frente a la violencia no es exclusivo de las mujeres que venden su imagen en Only Fans, sino que corresponde al contexto de la violencia misógina, pero también reconocen que la exposición sexualizada en la plataforma virtual genera un riesgo a la violencia que es potenciada por la condena social a las mujeres que ejercen su sexualidad apartadas de los valores del conservadurismo tradicional y que comercializan su imagen en el mercado. A esto se suman los peligros de ser mujer joven frente a los delitos de abuso y violación sexual en la GAM y, la vergüenza por el juicio moral que evitan por medio de la discreción —limitada, a su vez, por las necesidades de mercado— que pueden controlar parcialmente, en mayor o menor medida, si utilizan las herramientas virtuales, las configuraciones de la plataforma y la dinámica de comunicación adecuada en el negocio.

Los hombres me ven como una mujer, no fácil, pero sí como más accesible. No sé si pensarán que porque uno se dedica a esto ya uno automáticamente es una ninfomana, o algo así. Y uno los conoce y uno sabe lo valiosos que son. Si ellos vienen hablándole bonito a una, una ya sabe porque es. O quizás de la nada mandan fotos íntimas sin ser clientes ni nada. Y la mayoría de mujeres que conozco que no se dedican al Only —pero si saben que yo hago contenido— sé que me juzgan o me ven raro. Ven que tengo un hijo, un esposo, y sé que me ven como si yo les estuviera faltando el respeto a mi familia o si fuera una tierrosa, y la verdad sí duele. Uno esperaría más empatía de otra mujer, pero no es así. (Valery, comunicación personal, 16 de junio de 2024)

El testimonio de Valery describe un conjunto de representaciones que las personas de su entorno utilizan para describir su lugar en la interacción. Como se ha mencionado, la representación de accesibilidad tiene una versión externa que expresa la condena social y el rechazo para con las mujeres que realizan trabajos de connotación sexual. De este modo, tanto las mujeres creadoras de contenido como las personas de su círculo entienden de manera distinta el acceso que permiten las vendedoras de contenido. Para las participantes, la

accesibilidad significa una necesidad intrínseca del negocio y para las personas que las juzgan, significa que son mujeres determinadas por su conducta sexual más expuesta que la del resto que no ejerce un trabajo de estas características. En este sentido, la alienación del trabajo sexual en Only Fans conlleva ser definida por los estereotipos de “mujer accesible”, “adicta al sexo” o “fácil” por parte de los hombres o como “mujer sin honra”, “irrespetuosa de la institución familiar” o “que no se respeta a si misma” por parte de otras mujeres.

Para poder lidiar con este enjuiciamiento constante, las creadoras de contenido demuestran que existe una *representación social de la gestión del secretismo*. En las actividades de la sesión grupal, las participantes concuerdan, según el relato de sus experiencias, que el secreto y la discreción son códigos muy importantes de utilidad múltiple: permite medir el impacto de la condena social, genera un ambiente de discreción para los clientes que desean ocultar su consumo y permean la actividad de un sentido de acceso a lo prohibido que, aunque no es tal cosa puesto que es consensuado y existen mecanismos de publicidad, ayuda a despertar el morbo que funciona como un refuerzo positivo para los compradores.

Este secretismo también representa influenciada por la vigilancia del panóptico moral que antes de ha analizado desde la teoría foucaultiana: las mujeres creadoras de contenido sexual trasladan la objetivación y sexualización de sus cuerpos del dominio público a la esfera privada de la producción de mercancías. Se trata de quedarse con un poco de lo que produce la cosificación de la sexualidad de la mujer. Aquí el secreto es aquello que intenta proteger el interés por el negocio, cuida las conductas de consumo sexual del consumidor y la identidad de la oferente.

Estudios como el de McCausland et al. (2022) encuentran que las trabajadoras sexuales de una comunidad de Australia se adelantan a los efectos del estigma y rechazo social, ocultando su actividad de sus familiares y comunidad, lo cual influye de manera determinante en las posibilidades de acceder a la protección social del Estado. En el caso latinoamericano y, más en específico, de las mujeres jóvenes de la GAM costarricense, se puede inferir que el secretismo como parte de la estrategia de evitar la condena, también es señal de que los riesgos de la actividad económica los asumen por completo las trabajadoras de Only Fans. Teniendo en cuenta que no existe una relación laboral formal entre las creadoras de contenido y la corporación, el riesgo asumido aumenta en el contexto del neoliberalismo y no existen políticas públicas que puedan proteger los intereses de las mujeres jóvenes que deciden vender su imagen sexualizada para lograr la autonomía económica que no ofrece el mercado formal del trabajo en plena crisis de empleabilidad.

Todo esto debe considerarse, en términos académicos de análisis económico, riesgos que deterioran el acceso a los derechos humanos de las mujeres —que ya son impactadas por la feminización de la pobreza— y que también sirven para aumentar la plusvalía —en el sentido marxista del término— que enriquece a los dueños de Only Fans a partir del trabajo colectivo de las mujeres y del desgaste de su humanidad.

Para finalizar este apartado y manera de síntesis, se ofrece una clasificación lograda a partir del relato de las participantes, con el único afán de ilustrar la operatividad psicológica de las representaciones sociales que organizan la instrumentalización del cuerpo sexualizado de la mujer por parte de las creadoras de contenido sexual. Como se podrá observar, esta tipificación solo puede entenderse desde el sentido común nacido en el fenómeno y construido por las mujeres entrevistadas. La alienación del trabajo sexual, específicamente en Only Fans, se expresa en esta tipificación:

Tabla 1.

Características de autopercepción y exposición sexual en la instrumentalización del cuerpo

Creadora de contenido	Edad	Autopercepción hegemónica-fetichizada	Nivel de autoconfianza autopercebida	Tipo de interacción con los clientes	Mercancía lograda	Nivel de exposición sexual del contenido
Mariana	26 años	Belleza hegemónica	Autoconfianza muy alta	Fetichismo de buen trato y accesibilidad	Fotos eróticas y videos promocionales	Muy alta
Hilary	26 años	Belleza fetichizada	Autoconfianza muy alta	Fetichismo de estética gótica	Fotos eróticas y videos promocionales	Mediana
Ana	30 años	Belleza fetichizada	Autoconfianza muy baja	Fetichismo de conducta infantilizada	Fotos eróticas y videos promocionales	Mediana
Claudia	31 años	Belleza fetichizada	Autoconfianza alta	Hipersexualizada	Fotos y videos pornográficos	Muy alta
Julia	27 años	Belleza fetichizada	Autoconfianza media	Fetichismo de indiferencia	Fotos eróticas y videos promocionales	Mediana

Daria	27 años	Belleza fetichizada	Autoconfianza baja	Fetichismo de pies	Fotos eróticas de los pies	Baja
Vanesa	25 años	Belleza hegemónica	Autoconfianza alta	Fetichismo estilo burlesque y sumisa	Fotos y videos en lencería	Muy alta
Valery	26 años	Belleza hegemónica	Autoconfianza media	No mantiene comunicación	Fotos eróticas amateur	Media
Luisa	32 años	Belleza fetichizada	Autoconfianza muy baja	No mantiene comunicación	Fotos eróticas en lencería	Baja
Maira	25 años	Belleza hegemónica	Autoconfianza alta	No mantiene comunicación	Fotos eróticas en actividades cotidianas	Alta

Nota: Elaboración propia a partir de entrevistas. La tabla presenta la relación entre la autopercepción corporal, el tipo de mercancía sexual lograda y el nivel de la exposición sexual como parte de la instrumentalización del cuerpo en el trabajo sexual para Only Fans.

En la Figura 1 se puede apreciar que el cuerpo de la mujer sigue siendo tratado como objeto, lo cual es parte de una alienación base, pero que se vuelve muy variable en términos del trabajo sexual y la creación de la mercancía imagen sexualizada. Aunque la mayoría de mujeres se autoperciben de una belleza fetichizada, eso no condiciona directamente bajos niveles de autoconfianza ni de nivel de exposición sexual. Esto sugiere que prevalece en la psicología de las entrevistadas una gestión estratégica del cuerpo más que la pasividad con respecto a su autopercepción. Podría también significar que la representación de feedback de los clientes refuerzan la necesidad de centrarse en una versión erotizada estratégicamente más allá de ser puramente autoidentitaria.

Así ocurre con las mujeres que se autoperciben de belleza hegemónica, que aprovechan la fuerte reproducción de los cánones de belleza para construir su estrategia y maniobrar entre la representación de accesibilidad para los hombres compradores manteniendo comunicación simbólica que remarca la hipersexualización, y mostrando una confianza muy alta por la lectura de la dinámica cultural de la belleza y la retroalimentación lograda en el mercado.

Por último, en este tipo de mercantilización del cuerpo femenino y la alienación que representa, se identifica que en el discurso de las participantes que indican haber logrado cierto nivel de empoderamiento, como en el caso de Hilary, más bien refieren al

reconocimiento de la efectividad de su inserción económica al mercado del trabajo sexual digital. En consecuencia, se puede entender que el nivel de exposición sexual no necesariamente está relacionado al nivel de autoconfianza, sino más bien a la estrategia comercial. Aquí, el empoderamiento no tiene que ver con debatir la cosificación del cuerpo sexualizado, sino con reapropiarse de la auto-objetivación de manera consciente para participar como trabajadoras de los nuevos mercados del comercio sexual virtual.

En este proceso, la instrumentalización del cuerpo requiere de la gestión emocional y simbólica de la feminidad por medio de representaciones sociales que vinculan la autopercepción con la resignificación del trabajo. Además, esto permite la emergencia de una representación social de autenticidad y accesibilidad que permite a las creadoras de contenido sexual conectar simbólicamente con los clientes potenciales. La representación social de auto-objetivación permiten gestionar la su visibilidad dentro de los parámetros que la oferta y la demanda de la mercancía moldea, de modo que la estrategia de instrumentalización del cuerpo debe ser lo suficientemente efectiva para permitir que la alienación del cuerpo sexualizado opere y, al mismo tiempo, permita un margen de autogestión para las mujeres creadoras de contenido. Aquí es donde la representación social de control relativo se hace indispensable en el esquema psicológico de las participantes.

Si, en mi trabajo anterior mi jefe era un cerdo, se la pasaba haciendo chistes y comentarios de doble sentido, a veces para “bromear” y otras veces más serio como para ver como reaccionaba yo. Siempre buscaba llamarme a hacer tareas donde estuviéramos solos y hacía esos comentarios o me abrazaba muy insistentemente, y si me quejaba en recursos humanos lo que hacían era llamarme la atención a mi y como venganza me hacía quedarme horas extras o me asignaba tareas que nadie quería hacer. Así que yo siempre estaba ocupada y no podía hacer ventas, así que bajaba mi comisión. Así que cuando me empezó a ir bien (en Only Fans), renuncié a ese trabajo, deje a mi expareja y por las necesidades del trabajo (creación de contenido) de siempre verse bien, empecé a cuidar mas de mi y me he sentido mejor conmigo misma. (Hilary, comunicación personal, 2 de marzo de 2024)

Se elige este testimonio para finalizar el análisis sobre la instrumentalización del cuerpo y la alienación del trabajo sexual para reconocer que las representaciones sociales que conforman este proceso tienen una base arraigada en el sistema de violencia machista del sistema patriarcal que dinamiza la opresión de clase de la mujer como trabajadora en en el

contexto del capitalismo neoliberal. Como un todo sistémico, aquel empoderamiento y bienestar que indica haber logrado la participante por medio de la venta de su imagen sexualizada, siempre es con respecto a un escenario previo de acoso sexual, violencia económica, desigualdades de género y misoginia que logran mermarse —aunque no eliminarse— cuando las mujeres deciden participar de esa cosificación por medio de la plataforma y, de ese modo, apropiarse de los réditos que pueden generar por un fenómeno de violencia de género de cual antes solo obtenían opresión llana.

4.4 Organización y legitimación: Only Fans como microemprendimiento

En la misma línea analítica, se retoma la representación social de gestión del secretismo mencionada en el apartado anterior para introducir el conjunto de otros elementos representacionales que las participantes utilizan para organizar su actividad como creadoras de contenido sexual y para interpretar cómo su trabajo las transforma en consecuencia como actividad creativa que las sitúa en el marco sociocultural.

Ahora mis preocupaciones son:

- El bienestar de mi hijo, que este sanito, que tenga todo lo que necesita y por dicha el esta muy bien.
- Tratar de no ser muy obvia con mi trabajo frente a mi esposo para que no se incomode.
- Ver qué cosas puedo hacer para llamar la atención de la gente que compra mi contenido, cómo innovar, si tengo que invertir en ropa o en accesorios, no sé. Ahora tengo que invertir y poner mucha más atención en cómo me veo para que me vean interesante. (Valery, comunicación personal, 16 de junio de 2024)

| En este testimonio queda claro que la representación de gestión del secreto no solo es con respecto a la condena social externa o al consumo de los compradores del contenido sexual. El secretismo dinamiza también la interacción entre las creadoras de contenido y su entorno más íntimo: la familia. Esto supone un proceso fundamental para Valery en tanto es la condición que de manera tácita han acordado con su esposo, de modo que no transgrede explícitamente el rol de género asimilado por ambos donde ella le debe fidelidad y él debe controlar la reproducción de los valores tradicionales que rodean la institución del

matrimonio. Este tipo de complicidad es parte importante de la apropiación del imaginario sobre el cuerpo sexualizado donde el secreto permite sostener los grupos de referencia como la familia.

Esta es una de las condiciones previas para lo que las creadoras construyen como la organización del trabajo sexual que, en la totalidad de las entrevistas, se expone como una **representación social de escala de esfuerzo individual** que, dentro de los esquemas psicológicos nacidos en el fenómeno del Only Fans, representa la columna vertebral del espectro en la organización del trabajo. La fase superior de esta escala es entendida por las participantes como la conformación de un microemprendimiento: la venta de la mercancía imagen sexualizada de manera sistemática y donde se invierte innovación tecnológica, creativa y de capital. Esta representación social se encarga de traducir estos esfuerzos en un autoreconocimiento como una mujer que, a costo de la condena social y las consecuencias de la auto objetivación sexual de su cuerpo, logra la supervivencia en el capitalismo neoliberal.

En los testimonios, Valery, Mariana y Daria, indican que realizan toda la producción de su mercancía por su propia cuenta. Por otro lado, Vanesa y Hilary, comentan que han incrementado su capital variable —fuerza de trabajo, en términos marxistas— incluyendo otros trabajadores a su equipo de producción del contenido sexual.

El caso de Vanesa es ilustrativo para entender cómo los conocimientos previamente logrados en su experiencia de modelo amateur en su ciudad-cantón y la interpretación que hace de la exposición del cuerpo como negocio.

Normalmente suelo designar uno o dos días por semana. A fin de mes hago todo mi calendario del mes siguiente y veo que días voy al trabajo, a qué actividades sociales tengo que asistir y que días puedo dedicar a los shootings (sesiones de fotos para Only Fans) porque tengo que sacar cita y apartar esas fechas, entonces me organizo bien y empiezo. Los días de shooting voy con un amigo que es fotógrafo y él me hace todo, yo solo llevo la ropa y él se encarga de luces, escenario, edición y todo, yo solo modelo y público (...). Yo trabajo con este muchacho que te digo que es fotógrafo, pero sí sé que hay chicas que se súper invierten para los shootings en fotógrafo, peinado, maquillaje, lencería, o las que pagan su propio equipo fotográfico y de luces y todo eso. (Vanesa, comunicación personal, 15 de marzo de 2024)

Para esta participante ha sido crucial conocer previamente las necesidades técnicas que la producción de la imagen requiere. El esfuerzo individual de Vanesa es reconocido por

la propia participante como un trabajo de organización donde la jornada dedicada a la producción de contenido sexual coexiste con su vida y trabajo asalariado. La separación de estas actividades requiere identificar los espacios que la explotación formal del trabajo deja libre para ella como vendedora de fuerza de trabajo y gestionar en su tiempo libre las condiciones para generar mercancía sexual que venderá en Only Fans.

Esta doble dinámica es propia de las economías emergentes mediadas por aplicaciones digitales que se nutren del trabajo que sobra en el mercado formal o que aprovecha aquel que no encuentra comprador en medio de la crisis del desempleo. Justamente, por ser una trabajadora asalariada que tiene un segundo trabajo informal y sin relación laboral con la plataforma, el esfuerzo individual que interpreta la participante le genera una noción de su propia valía como trabajadora organizada y gestora de la parte de la ganancia que la generación de capital le otorga.

Seguidamente indica que está consciente que este esfuerzo individual se ubica en un lugar modesto de la escala hacia lo que significa un emprendimiento propiamente. Cuando dice que “sabe que hay chicas que se súper invierten”, demuestra que en su representación conoce de trabajadoras de Only Fans que invierten mayor capital constante —como equipo fotográfico, lencería o maquillaje— y mayor capital variable —personas que trabajan para la creadora de manera más flexible— con lo que hacen de que su negocio destaque en la escala.

Es notable como la representación social de esfuerzo individual es una traducción psicológica de la situación de la mujer trabajadora que aporta sus propios instrumentos de trabajo a la composición del capital.

El caso de Hilary, quien trabaja con un equipo que se puede considerar completo, sirve para entender otro lugar de la escala de interpretación del nivel y dinámica en la que se emplea el esfuerzo individual: “una persona me ayuda con el maquillaje y peinado, otra persona me ayuda con la fotografía y otra persona me ayuda con todo lo relacionado al marketing” (comunicación personal, 24 de octubre de 2024). En esta división del trabajo dentro del microemprendimiento se puede reconocer cómo la dimensión de actitud de una representación social permea todo el proceso de interpretación psicológica:

Yo me dedico a esto de tiempo completo, entonces tengo sesiones dos días por semana, y el resto de días son para mí, para cuidar de mi salud, de mi piel, de mi mente. Tengo una vida muy tranquila ahora y me preocupo por ahorrar para empezar a estudiar el próximo año e iniciar un proyecto de compra de mi propia casa a futuro. (Hilary , comunicación personal, 2 de marzo de 2024)

Hilary, durante las entrevistas, siempre ha enfatizado el carácter liberador de su participación en Only Fans. En su esquema psicológico, en tanto a la precariedad económica y el pasado de violencia de género que experimentó, las ganancias de vender contenido sexual tienen una importancia superior y demuestran una postura crítica, hasta cierto punto, que demanda la posibilidad de que las mujeres puedan usufructuar del imaginario de su cuerpo sexualizado. Si en el trabajo asalariado, el trabajador asume todo el riesgo de la explotación de su fuerza de trabajo y aún así no es cuestionado por seguir siendo empleado del capital, entonces, parece anunciar la participante, la mujer no debería dar importancia a la condena social si es ella la que asume todo el riesgo de de la instrumentalización de la objetivación y cosificación de su cuerpo. La entrevistada indica que en medio de un ambiente de hipocresía que recubre la cultura, ser vendedora de contenido sexual supone la superación de las barreras económicas que no le permiten auto realizarse.

Aquí media una *representación social de empoderamiento* que sirve para reconocer que en la actividad empresarial que realizan con esfuerzo individual existen posibilidades de superación de la adversidad que justifican la auto objetivación de sus cuerpos. Este es el punto en donde diferentes voces del feminismo académico y de los movimientos sociales hacen el hincapié en que esta representación social es, efectivamente, una superación de obstáculos sociales que pueden definirse, según los relatos de las participantes en los siguientes:

Superación de urgencias económicas y posibilidad de proyección al futuro

Superación de situaciones de violencia por medio de autonomía económica

Posibilidad de aprovechar la inevitable cosificación y sexualización de su cuerpo

Posibilidad de criticar los valores conservadores desfasados del neoliberalismo

Al respecto, Montecinos (2019), a partir de un análisis de género y clase en mujeres jóvenes de la clase trabajadora de Chile, descubre que en un amplio y diverso grupo de participantes, las motivaciones específicas para desempeñarse en el mundo laboral son referencias a valores predominantes en el contexto del neoliberalismo. El género atraviesa estas experiencias de modo que para las mujeres es fundamental el moldeamiento de sus afectos a los discursos éxito individual, eficiencia y productividad, no solo para responder a las exigencias de la producción de plusvalía como sucede en el obrero, sino para sostener un lugar que históricamente le ha sido negado en el proceso productivo y, en consecuencia, en el plano sociocultural.

En este sentido, las mujeres creadoras de contenido de las ciudades-cantones de la GAM de Costa Rica, al ser un espacio geográfico y cultural menos desarrollado que en Chile, —en términos de dinámica urbana y apegado a valores tradicionales propios de contexto rural latente— encuentran una suerte de atajo social que requiere de interiorizar y asimilar su papel como ensamblajes eficientes de la producción capitalista —en el contexto del trabajo asalariado— pero, además, como pilares de la movilidad ascendente en escenarios precarizados por el neoliberalismo. Esta resulta una paradoja donde para superar las limitantes del sistema económico, las mujeres creadoras de contenido sexual deben aferrarse aún más que los hombres a la narrativa de éxito individual, realización personal, libertad y autosuficiencia. Estos valores configuran la subjetividad y la psicología de las participantes en tanto aceptan la idea de posibilidades infinitas para las mujeres y la meritocracia que difunde el neoliberalismo mientras se someten a la auto objetivación y sexualización de sus cuerpos para lograr estándares de consumo que el propio sistema les exige.

Sí, ahora gano más porque tengo el Only Fans como una ganancia secundaria. Cuando estaba en el colegio saqué varios técnicos y ahora trabajo dando soporte en sistemas de diferentes empresas aquí del país, esa es mi fuente principal de ingresos, digamos. Pero también hago Only como para ganar más y tener un respaldo, porque si en cualquier momento yo me quedo sin trabajo sé que tengo ese otro ingreso. (Vanesa, comunicación personal, 15 de marzo de 2024)

En la reflexión de Vanesa, describe cómo su actividad en Only Fans se enmarca dentro de la dinámica económica como una fuente de ingresos que la respalda frente a la crisis de desempleo que le resulta impredecible. De este modo, se hace necesario plantear una ***representación social de lógica empresarial neoliberal***, que no solo sirve para que las creadoras de contenido organicen su actividad lucrativa a nivel organizacional interno, sino para ubicarse en el mercado de la fuerza de trabajo como una suerte de unidad microempresarial (incluso, nano empresarial, si cabe el término). Esta noción también soslaya el hecho de que el conjunto de creadoras de contenido sexual son la fuerza de trabajo que es motor de la producción de capital para Only Fans como medio de producción que privatiza la imagen sexualizada de las mujeres.

Se esclarece entonces cómo en los esquemas psicológicos de las participantes, el elemento de la independencia es fundamental, no sólo para interpretar la superación de barreras socioculturales que enfrentan como mujeres en el neoliberalismo, sino para lograr

visibilidad dentro de este contexto como dueñas de un microemprendimiento. Así, una *representación social de autonomía* puede reunir todas las interpretaciones de actitud positiva —en los términos de Moscovici— con respecto a la visibilización de las mujeres creadoras de contenido sexual en el mundo de las micro empresas a pesar de que en la cultura conservadora de su entorno la condena social les asigne un lugar marginado por cuestionamientos moralistas.

De este modo, las representaciones sociales de resignificación se encuentran limitadas por el estigma internalizado sobre la mercantilización de la imagen sexual de las mujeres. Retomando lo que Julia confiesa: “Este trabajo de venta de contenido me dio mucho miedo al principio, me sentía muy mal y lloraba cuando me tomaba las fotos” (comunicación personal, 15 de marzo de 2024), se puede reconocer que esta significación del trabajo sexual en la virtualidad dista radicalmente de una actitud positiva como la representación empresarial con la que interpreta luego su actividad. Esto sucede, según las entrevistadas, porque solo los resultados tangibles como lo fue la mejora de su situación en el hogar y el bienestar de sus hijos le permitieron “empezar a normalizar”.

Daria, quien crea contenido basado en el fetiche centrado en los pies, lidia con una percepción de rareza: “la gente me ve como una rara”, (comunicación personal, 27 de enero de 2024), sin embargo, luego de recibir los pagos de Only Fans, empieza a construir su autopercepción como gestora de su negocio y a la venta de contenido sexual como un microemprendimiento.

En todas las entrevistas, la totalidad de participantes, indican que han logrado reinterpretar su labor como un trabajo legítimo, puesto que implica una inversión de capital en equipo, producción audiovisual, construcción de la imagen, construcción del concepto sexual y en promocionar por medio de una estrategia de marketing su mercancía. Esto coincide con los hallazgos sobre la profesionalización del trabajo sexual digital. (Bonifacio, Uttarapong Jereza y Wohn, 2025) partiendo de un conjunto de experiencias que son interpretadas por las participantes como la transformación de su curiosidad o la urgencia económica en un mecanismo de supervivencia hasta una actividad económica de organización compleja.

Esta transformación en las representaciones sociales siguen la siguiente secuencia según se ha podido identificar en la línea narrativa de las participantes: el reconocimiento de la posibilidad de convertir su imagen en mercancía, la necesidad de aportar los propios instrumentos de trabajo, la identificación de una composición compleja y articulada de su negocio y, luego de registrar ganancias, reconocen su negocio como una proceso cíclico.

Sé que hay fotógrafos especializados en fotos para chicas de only, que las guían en las poses, les dan toda la escenografía y hacen que las fotos se ven más bonitas, pero en mi caso, y la mayoría de compañeras que yo conozco, somos nosotras en la casa, con el celular y con los vestuarios y fondos que uno tenga a la mano. No es como que tengamos un equipo de fondo ayudándonos con luces y así. (Valery, comunicación personal, 16 de junio de 2024)

La participante advierte que se encuentra en un lugar de la escala de productividad en donde el aporte de sus instrumentos de trabajo es aún más rudimentario. Señala también que, como en toda competencia capitalista, es mucho más grande la parte de las mujeres creadoras de contenido sexual que tiene una organización básica que las que han podido agregar personas a su equipo de trabajo e instrumentos de trabajo más sofisticados.

Siguiendo a Marx (1867), se puede analizar como el grupo mayoritario de trabajadoras de Only Fans se encuentra limitado por su tipo de acceso al medio de producción, es decir, de cómo acceden a Only Fans. La mayoría tiene instrumentos de trabajo muy básicos y con poca tecnología agregando valor a su mercancía. Esto concuerda con la explicación de cómo en la economía “uberizada” encuentra su base laboral en las personas excluidas masivamente del empleo formal, lo que sugiere que sus ingresos económicos son débiles e inconstantes.

Por supuesto, las creadoras de contenido sexual, reconocen que quienes tengan la posibilidad de agregar tecnología a la creación de su mercancía subirán en la escala de importancia dentro de la plataforma por tener la capacidad de generar mayor plusvalía para Only Fans. Justamente, es esta lógica de mercado capitalista aplicada a las mercancías sexuales gestionadas por mujeres la que despierta los debates sobre que tipo de trabajo sexual representa OnlyFans, por lo general, asociándolo con una variante de la industria pornográfica donde las mujeres actrices también están categoizadas según el peso del capital tecnológico (de inversión constante) y de la cantidad de personas involucradas en la producción del contenido (capital variable) que las productoras pornográficas inviertan en ellas.

A continuación, se observa el nivel de inversión de tiempo, instrumentos de trabajo, fuerza de trabajo y tecnología que las participantes usan para interpretar su lugar en la escala de importancia en Only Fans:

Yo tengo mi equipo: una persona me ayuda con maquillaje y peinado, otra persona me ayuda con la fotografía y otra persona me ayuda con todo lo relacionado al marketing de mi página. Pero sé que no todas las chicas tienen un equipo completo, hay chicas que lo hacen solitas en su casa con su celular y buscan ellas mismas la manera de publicitarse (Hilary, comunicación personal, 2 de marzo de 2024)

Las creadoras de contenido sexual, en esta etapa del proceso interpretativo de su actividad, conciben su cuerpo como un instrumento de trabajo especial por su carácter multidimensional: es capaz de crear valor de manera consciente, se le agrega valor de otros elementos, se convierte en la mercancía proyectada como imagen. Todo esto puede resumirse en las expresiones que logra lexicar esta representación: “chicas que se súper invierten”, “cuidarme” (para el negocio), “mostrar variedad” o “disciplinadas”.

Los días de shooting voy con un amigo que es fotógrafo y él me hace todo, yo solo llevo la ropa y él se encarga de luces, escenario, edición y todo, yo solo modelo y publico (...). Yo trabajo con este muchacho que te digo que es fotógrafo, pero sí sé que hay chicas que se súper invierten para los shootings en fotógrafo, peinado, maquillaje, lencería, o las que pagan su propio equipo fotográfico y de luces y todo eso. (Vanesa, comunicación personal, 15 de marzo de 2024)

Considerando un nivel de organización más básico, el caso de Vanesa es diferente al de Hilary en tanto reconoce que su negocio está centrado en ella como gestora principal de la transformación de su imagen sexualizada en mercancía. Sin embargo, en la narrativa de la participante, es muy importante el valor que le asigna a los conocimientos logrados en su experiencia previa de modelaje amateur, lo que le permite encargarse del mercadeo de sus fotografías y videos promocionales. Ella es quien, haciendo uso de sus habilidades para leer la cultura del consumo sexual en su entorno, elige y diseña el concepto erótico que ofrece en la plataforma. Esto es fundamental para la creadora de contenido que, en busca de mayores niveles de autoconfianza para mantenerse en el negocio pese a la condena social, logra visualizarse como una persona que emplea su fuerza de trabajo en forma de capacidad cognitiva para mejorar su actividad económica. Lo anterior refuerza la noción de que la creación de contenido para Only Fans es un microemprendimiento y la participante se ubica, efectivamente, en el espectro empresarial.

Mi tiempo es 50% la U y 50% cuidarme para mis foto, me compré todo, la cámara, la compu para la edición, las luces, la lencería nueva cada semana (...) así que tengo que estar pendiente de lo que como, de mi peso, que arreglarme las uñas, retocarme el tinte, cuidarme la piel de la cara, o sea, mi tiempo es 50% la u y 50% cuidarme para mis fotos. Ya cuando tengo día de fotos, yo me compré todo, la cámara, la compu para edición, las luces, la lencería nueva cada semana y todo lo hago yo sola. (Mariana, comunicación personal, 2 de octubre de 2024).

En otro nivel de organización, se encuentran las participantes que, como Mariana, gestionan la totalidad del proceso de producción de las imágenes sexualizadas. La participante reconoce que, si bien no cuenta con un equipo, su belleza autopercibida como hegemónica y la experiencia que ha reunido interactuando en la cultura como una mujer atractiva, tanto en la vida comunitaria como en las redes sociales, le permiten entender la dinámica de la deseabilidad social, los patrones estéticos, la forma de erotización que buscan sus compradores y el tipo de interacción sexualizada que le es útil emplear. Todo lo anterior, en el caso de esta creadora de contenido sexual, lo describe siempre centrándose en sus atributos de belleza como la base de los demás mecanismos.

De este modo, Mariana enfatiza en que lo elemental es su cuidado estético constante y reconoce en ello una forma de autocuidado que la lleva a plantear la representación social de empoderamiento para interpretar el bienestar que ha logrado a partir de su autogestión. Para reforzar esta representación, la participante propone argumentos empíricos, es decir, el hecho concreto de que ella aporta el total de los instrumentos de trabajo involucrados en la producción de la imagen sexualizada de su cuerpo, esto es, instrumentos tecnológicos para aumentar la calidad y eficiencia así como actividades que se centran en el cuidado de su cuerpo, de su maquillaje y su lencería.

Nuevamente, es notable como la representación de esfuerzo individual puede mesurar la noción de que existe una relación laboral no formal entre Only Fans y las creadoras de contenido y, más bien, refuerza la idea de que son las creadoras de contenido las que alquilan el servicio de la plataforma como un lugar en el mercado virtual. Sin embargo, este hallazgo alinea con la perspectiva de que, aunque el cuerpo se instrumentaliza y genera plusvalía, tiene la peculiaridad de vincular los afectos y la subjetividad de las mujeres por efectos del contexto en donde se desarrolla esta actividad y así puede servir como medio de autogestión personal.

Yo he visto que hay chicas muy disciplinadas y suben su contenido todos los miércoles, por dar un ejemplo, y ellas sí están como en el top 10 de Costa Rica. De fijo ellas deben cotizar muchísimo más justo por esa disciplina (...) No se de otras chicas conocidas como para compararme, pero a las modelos del top les va muy bien. En comparación a ellas me imagino que a mi me va muy regular. (Ana, comunicación personal, 15 de enero de 2024)

El testimonio de Ana da cuenta de conocimientos específicos sobre la dinámica de Only Fans que solo es posible asimilar con la calidad que demuestran las participantes si se asimilan desde dentro del fenómeno. Cuando la entrevistada menciona que conoce de la disciplina con la que trabajan otras creadoras de contenido, se refiere a cómo autogestionan su jornada mejorando la cantidad y calidad de su mercancía lograda. Esto le ayuda a ubicarse, por medio de una *representación social de jerarquía del valor estético-productivo* en la escala donde “las que están en el top 10 de Costa Rica” son la referencia de mayor aprovechamiento de atributos de belleza, erotismo y de inversión de capital propio.

Esta representación social tiene como base el reconocimiento de que las mujeres que cumplen con los estándares de la belleza hegemónica y que, al mismo tiempo, deciden convertirse en creadoras de contenido sexual con niveles altos de inversión de capital propio, son más escasas y que la mayoría, según indican, son mujeres “normales”, es decir, que no cumplen a cabalidad con estos estándares estéticos. En el medio, ubican a las que siendo de belleza hegemónica, no invierten demasiados recursos en su producción.

Es fundamental para las entrevistadas enfatizar en que parte del éxito del negocio como creadora de contenido también depende de la representación de accesibilidad estudiada en apartados anteriores. Esto quiere decir que si la mujer que vende su imagen sexualizada se ubica en los primeros lugares de esta escala jerárquica, entonces el deseo de los compradores por suscribirse a su cuenta y comprar su material incrementa potenciado por la idea de que es una mujer que vive en el mismo país e incluso en la ciudad-cantón donde habita el consumidor. Esta posibilidad es incluso más motivante cuando el comprador conoce a la creadora de contenido de belleza hegemónica porque pertenecen a la misma comunidad o entorno.

Así, pertenecer a los primeros grupos de la escala jerárquica de belleza y valor del cuerpo sexualizado en Only Fans supone ventajas cualitativas en la competencia puesto que la noción de que son mujeres inaccesibles o “inalcanzables” —para utilizar los términos de

las entrevistadas— fetichiza la relación del hombre consumidos promedio. Lo que vende mucho es que la simulación de accesibilidad pagada sea lo más genuina posible.

Por redes sociales, creo que fue en pandemia que un montón de gente empezó a poner marcos en sus fotos de perfil como para promocionar su only fans y yo me metí a ver que era y a los días me inscribí. (...) No es muy significativo porque no gano un montón, y no soy super activa como otras compañeras, pero sí subo contenido cada 15 o 22 días y genero una ayuda que me permite darme ciertos cuidados personales, los cuales antes definitivamente no podía darme. (...) Cuando hago sesiones es porque una amiga que también hace contenido viene a mi casa de visita. Mi hijo está en clases todo el día, entonces tenemos tiempo para crear contenido nuevo y diferente, ella me ayuda a tomarme las fotos y yo le tomo a ella las fotos que necesite para su set de esa semana. Entonces es muy entretenido porque lo vemos como un pasatiempo y vacilamos mucho en el proceso. No es una sesión cuadrada o incómoda. Estoy al tanto que hay chicas que son creadoras de contenido con muchísimos seguidores y ellas cobran por promocionar las páginas de las chicas con menos seguidores o de chicas nuevas que necesitan ser más notadas, pero yo soy solo yo y mi amiga, no tenemos un equipo de producción e imagen. Me ha ido bien, a uno le cobran un porcentaje de lo que se genera pero lo veo normal, tampoco es tanto. Creo que tener el tiempo, la constancia y el ánimo para las sesiones y aparte la constancia porque yo sé que si no tuviera esta amiga que me ayuda, yo subiría menos contenido, pero como siento el apoyo, y percibo los beneficios, soy más constante. (Claudia, comunicación personal, 20 de enero del 2024)

En otro nivel de la escala, se encuentran las participantes que, como Claudia, no sólo precinden de pagar por un equipo de producción, sino que aprovechan la creación de redes de apoyo entre creadoras de contenido. Esto se puede reconocer como un nivel intermedio de producción de contenido sexual, puesto que —a pesar que no involucra una fuerte inversión de capital individual— se trata de un proceso común de apoyo colaborativo entre pares.

Al respecto, una tesina de Figiaccone (2023) encuentra que para un grupo de creadoras de contenido sexual en Argentina, la construcción de redes colaborativas ha sido clave en la masificación de Only fans en el país sudamericano. Por medio de grupos de Telegram, estas mujeres jóvenes comparten estrategias, experiencias y emociones en torno a

su actividad. Lo anterior, según la autora, funciona como una red de contención y aprendizaje colectivo de mujeres y reemplaza la figura de un gerente.

El caso de Claudia y la amiga que menciona es ilustrativo de esta dinámica colaborativa en tanto se apoyan y hasta co-producen las sesiones de fotos. Cuando destaca que realizan este trabajo interpretándose como un “pasatiempo” e indicando “vacilamos mucho en el proceso”, lo que sugiere es que se ha conformado una red de solidaridad femenina donde la emocionalidad configura la autogestión y el aprendizaje mutuo. La dimensión afectiva y de intercambio simbólico sirve entonces para generar un espacio libre de prejuicios y condena social, sucediendo mientras definen los límites de su exposición en la producción de su imagen erotizada.

Las experiencias de todas las mujeres entrevistadas se compone, en algún momento de la producción, de trabajo individual y trabajo colaborativo. Incluso en las participantes que indican realizar solas la creación de la mercancía sexual, existen relaciones comerciales que están permeadas por los afectos y la identificación como trabajadores por cuenta propia en la comunidad. De este modo, las maquillistas, los fotógrafos, estilistas, entre otros, configuran una red de microemprendimiento que puede estar dinamizando la economía local en el sector de los servicios estéticos o audiovisuales. Esto refleja como el trabajo sexual digital se articula en formas híbridas de emprendimiento, compatibilizando la independencia con el apoyo colectivo. (Hamilton, Barakat y Redmiles, 2022)

Siempre que tengo una sesión de fotos, tengo que ir con mi manicurista a que me haga una pedicura completa y me cambié el diseño de las uñas. Aunque no tenga crecimiento en las uñas, aunque el esmalte esté intacto, debo ir a que me cambie el diseño porque a la gente le gusta ver variedad. Luego de eso me voy a la casa y tomo mis propias fotos y las edito un poco, con correcciones de color o de luces y ya, las publicito. (Daria, comunicación personal, 27 de enero de 2024)

El caso de Daria es ilustrativo para entender cómo desde la base de la escala jerárquica existe una tendencia al trabajo colectivo como una red de microemprendimientos. La manicurista que hace trabajos en manos y pies de la participante, es una persona que lejos de limitarse a una relación de intercambio comercial, entiende el lugar social que la actividad de Daria en Only Fans asume, así como la importancia que la creadora de contenido le asigna a su negocio por representar una forma de empoderamiento. En este sentido, las redes comerciales que han identificado las participantes se han interpretado como redes de apoyo,

algo que sucede también en otras formas de emprendimientos en tanto mecanismos de supervivencia frente al desempleo o a la vulnerabilidad laboral en el neoliberalismo.

Yo no tengo equipo de shooting porque todo lo hago yo sola, pero si tengo un asesor de marca que el me ayuda con todo lo del marketing digital, el me ayuda a saber cual es mi público, cómo vender mi contenido, que plataformas usar, cuando subir publicidad y me consigue colaboraciones con marcas de ropa y tiendas para adultos. (Mariana comunicación personal, 2 de octubre de 2024)

El testimonio de Mariana —quien se autopercibe como una mujer de belleza hegemónica que considera tener privilegios socioculturales por su imagen ajustada a los patrones estéticos— y el testimonio de Daria —quien se autocalifica como una mujer poco atractiva pero con atributos de seguridad y sensualidad— indican una representación común a pesar de ubicarse en los extremos de la escala jerárquica en este grupo. Ambas indican que, a pesar de realizar la producción con sus propios instrumentos de trabajo y siendo un microemprendimiento unipersonal, se hace indispensable generar alianzas comerciales a pequeña escala con otros trabajadores independientes. Si bien las entrevistadas son conscientes de que dentro de la venta de contenido sexual en Only Fans ellas pertenecen a un grupo mayoritario de organización rudimentaria en comparación con las modelos más famosas a nivel local e internacional, también reconocen que desde su modesto lugar empiezan a generarse relaciones de orden comercial y asociaciones que van profesionalizando su labor.

Este reconocimiento, sumado a las barreras superadas por la autonomía material lograda, por la autoconfianza generada y el hecho de generar relaciones solidarias con otros proyectos económicos —como sucede en la dinámica de competencia capitalista formal— termina de moldear una *representación social de legitimidad como microemprendimiento*.

Muy parecida, yo ya estaba acostumbrada a tomarme fotos, a desfilas con mucha gente viéndome y también ya estaba acostumbrada a ser criticada, porque aunque uno esté flaca igual la critican. Mi abuela siempre me dijo que yo era anorexica, que parecía enferma, que tenía que comer más, pero cuando empecé a ir al gimnasio y empecé a sacar músculo y a ponerme un poquito más gruesa, entonces me empezaron a decir que yo ya me había echado al abandono, que estaba engordando y que cuidado y más bien era que estaba embarazada. Entonces, yo ya estoy acostumbrada a todo,

comentarios buenos o malos, entonces, si algo ha cambiado, tampoco lo he notado mucho. (Vanesa, comunicación personal, 15 de marzo de 2024)

Esta reflexión final de Vanesa, aporta un ejemplo de cómo la representación social de legitimidad sintetiza el reconocimiento alcanzado de las participantes sobre su capacidad para generar dinero y, sobre todo, de su habilidad aprendida para ser resilientes en un contexto de constante condena social, percepciones prejuicidas sobre el cuerpo de la mujer y violencia sistémica. Resalta que, si bien esta representación tiene su consolidación en interpretar la venta de contenido sexual en Only Fans como un microemprendimiento, los elementos que condensa son, en su mayoría, de orden emocional y afectivo. La lógica de competencia empresarial es dinamizada por la noción de resiliencia individual, que resulta de suma importancia en el vertiginoso escenario neoliberal de la Costa Rica contemporánea.

No obstante, esta resiliencia corporal y emocional, no supera, en ninguna medida, la conciencia de las participantes sobre cómo toda la actividad está subordinada a la auto objetivación, cosificación y sexualización del cuerpo femenino para disfrute del hombre como sujeto social dominante. Esto quiere decir que las participantes son capaces de asimilar en sus esquemas psicológicos como la alienación del trabajo sexual es el marco general en donde ocurren estos espacios de disputa y reapropiación de los reditos que esa misma enajenación de su sexualidad transformada en mercancía puede generar.

Tal es así que ninguna de las expresiones de las participantes ha sugerido que entienden la venta de contenido sexual como una actividad emancipadora en sí misma, sino, tan solo como una liberación de barreras impuestas por el sistema patriarcal y la cultura machista, los dos macroprocesos que también permiten la emergencia de nuevas formas de comercialización sexual por medio de las tecnologías de consumo emergentes. La alienación machista y capitalista es, en última instancia, lo que cierra una puerta —la de la autonomía real— para abrir otra —la de la micro privatización de la imagen sexualizada—.

De este modo, la legitimación de Only Fans es una necesidad de la alienación de las nuevas formas de trabajo sexual en la virtualidad. Sin ese proceso que tiene como base la subjetividad de las creadoras de contenido, la instrumentalización del cuerpo sexualizado no sucedería con la fluidez y masividad que la caracterizan en este nuevo mercado.

Finalmente, se adjunta una síntesis de este apartado en forma de consejo para las nuevas creadoras de contenido sexual, de parte de una mujer que ha logrado éxito relativo desde el lugar de la jerarquía de valorización del cuerpo sexualizado en donde se ubica:

Diay, ser bonita, ser constante, ser activa en redes sociales, estar al pendiente de lo que la gente pide y ver a qué paquetes les va mejor. Porque puede ser que uno tenga un target muy específico y ni lo sepa porque no pone atención. (Mariana. comunicación personal, 2 de octubre de 2024)

En síntesis, la experiencia de las creadoras de contenido sexual que participan en esta investigación está mediada por una transformación progresiva donde al inicio se interpreta esta actividad como producto de la inventiva y la curiosidad impulsada por necesidades económicas específicas para luego ser representada como un microemprendimiento. En este proceso interviene la representación de esfuerzo individual que permite reconocer en valor de la inversión de fuerza de trabajo y el aporte de los propios instrumentos de trabajo en la creación de la mercancía imagen sexualizada. Seguidamente, la representación de empoderamiento recoge esta valorización y la potencia desde su dimensión actitudinal —En términos de Moscovici (1984)— definiendo al negocio de creación de contenido sexual como el vehículo para superar barreras que impone la desigualdad y violencia de género en sus diversas formas.

Posteriormente, esto madura en la línea de concebir el negocio de Only Fans la representación social de lógica empresarial neoliberal, que permite reconocer el lugar social que tiene esta actividad en el espectro en el mercado de la fuerza de trabajo, frente a la crisis de desempleo, desde la condición de trabajadoras precarizadas o vulnerables a la incertidumbre propia de esta etapa del capitalismo en Costa Rica. Para equilibrar esta noción, las entrevistadas se valen de la representación de autonomía que vuelve a condensar el potencial de actitud positiva de la visibilidad lograda en el mundo de las empresas independientes de la cual forman parte, aunque esto encubra su calidad de explotadas por la megaempresa Only Fans.

Para hacer más específica y efectiva la contextualización de las creadoras de contenido sexual en la dinámica de oferta y demanda que despierta este mercado relativamente nuevo, se valen de la representación de jerarquía de valor estético y productivo donde se organiza la interacción entre la autopercepción con respecto a la belleza hegemónica, el nivel de inversión y el posicionamiento en una escala de valorización.

Para finalizar, en este grupo de creadoras de contenido sexual, predomina la dimensión actitudinal positiva sintetizada en la representación general de legitimidad como microemprendimiento que reconcilia y equilibra las representaciones asociadas con la auto objetivación de cuerpo , la condena social y la alienación del trabajo sexual con la

representación de libertad individual y autonomía económica distorsionadas en tanto esta fórmula naturaliza las condiciones de autoexplotación y alienación expresando las contradicciones del capitalismo contemporáneo, reflejándose en la subjetividad de las trabajadoras sexuales del novedoso campo digital del mercado.

4.5 La construcción psicológica de las representaciones sociales de Only Fans

Siendo la postura teórica de este trabajo de investigación una lectura materialista, estructural y de construcción de sistemas psicológicos, se procede a explicar cómo los mecanismos de objetivación y anclaje propuestos por Moscovici (1984) permiten la emergencia de las RS como un sistema:

La objetivación se entenderá como el proceso en donde las abstracciones más generales y los conceptos complejos se logran integrar en el sentido común de las creadoras de contenido sexual para ser concretados y utilizados en la interacción como códigos y símbolos en la dimensión psicológica de un grupo de mujeres dedicadas a esta actividad.

La pregunta para abordar el proceso de objetivación es:

¿Como la noción general de herramienta para la autonomía económica, de la autopercepción como trabajadora sexual, de la instrumentalización del cuerpo de la mujer y la idea de lo empresarial se objetiva en cada elemento representacional identificados?

Empezando por el conjunto de representaciones que están centrados en el plano económico, se puede reconocer la autonomía económica como un ideal planteado desde la generalidad más básica de la superestructura cultural del capitalismo y en tanto ideal organizador de la vida social como meta de la clase trabajadora. Sin embargo, en el contexto de la psicología colectiva las creadoras de contenido sexual, esto aparece objetivado a través del dinero como símbolo material de autonomía que se experimenta sin necesidad que medie una reflexión compleja o ideales abstractos como referencia.

De igual manera, la alienación del trabajo reproductivo es objetivado en los esquemas psicológicos de las participantes como vivencias de la vulnerabilidad, del abandono de sus ex parejas, del sabotaje y violencia económica y la renuncia a su identidad como mujer para convertirse en madres, según el caso. Esto se sintetiza en imágenes de cansancio, dependencia y angustia producto de la violencia de género en su distintas formas. Existe entonces una doble imagen donde el dinero objetiviza la autonomía que compensa la alienación del trabajo no remunerado de ser madre objetivado en el sacrificio de la identidad.

La representación de oportunidad económica objetiviza, en esta misma línea, noción general de la movilidad económica social mediante la subjetividad de las mujeres participantes cuando la asocian con superación de las principales barreras que vivenciaron, principalmente, aquellas que las aproximaban a caer en la pobreza extrema o a deteriorar su salud física y mental. La RS de cambio súbito supone la objetivación de la autonomía lograda pero cristalizada en el momento preciso en el que cada creadora pudo disponer del dinero logrado. Un momento que queda fijado en sus esquemas de interpretación como una prueba irrefutable de logro.

En el segundo conjunto de representaciones podemos encontrar el núcleo simbólico de la dimensión psicológica con referencias a nociones generales que abordan la subjetividad y la autopercepción. En resumen, durante el análisis del discurso se ha reconocido la objetivación de nociones generales a representaciones concretas de la siguiente manera: lo entendido como feminidad e identidad sexual se objetiviza como la versión erotizada de la mujer como una experiencia constante apoyada en la vivencia del acoso, por ejemplo. La autoestima y la interseccionalidad de la valía de las mujeres se objetiva en la valorización del cuerpo femenino según patrones socioculturalmente establecidos y experimentados en la vivencia de la feminidad. La jerarquía de lo estético y los procesos de inclusión y exclusión simbólicas de la sociedad se objetivan en una tipificación que divide a las mujeres creadoras de contenido sexual en un grupo de belleza hegemónica y otras de atributos fetichizados (como una belleza alternativa que también genera demanda). La seguridad subjetiva y la autoaceptación se traducen en una autoconfianza performativa del cuerpo en Only Fans gracias a la respuesta aprobatoria de hombres compradores de la mercancía imagen sexualizada, lo que objetiva la noción general de necesidad de reconocimiento y validación social. Por último, la capacidad de agencia autónoma y el poder de decisión sobre el cuerpo se objetiviza como el abandono de la pasividad impuesta por medio la decisión de aprovechar la cosificación del cuerpo de la mujer para mostrarse y tener rédito: monetizar.

El tercer conjunto objetiviza las nociones del cuerpo como instrumento y la alienación. De este modo, la noción general de interacción sexual real y espontánea aparece objetivada como una simulación de cercanía y disponibilidad sexual de las mujeres creadoras de contenido que usan la representación psicológica de autenticidad para que la experiencia parezca tangible en la proyección del cuerpo sexualizado y la comunicación con el comprador. El cuerpo como portador de fuerza de trabajo y capacidad creativa se objetiviza en la conciencia de la mujer sobre su cuerpo sexualizado como un medio productivo, haciendo abstracción de la relación cuerpo - imagen erotizada - instrumento. Finalmente, el

poder sobre el propio cuerpo se objetiviza en la representación de control relativo donde la ley de oferta y demanda es el marco de las posibilidades de manejo del acceso para los compradores, y la noción general del derecho a la privacidad y gestión del riesgo social se objetiviza en la gestión del secretismo de Only Fans para proteger tanto al comprador como a la vendedora de la condena social con prácticas de anonimato.

Como último conjunto de representaciones, las referente a la legitimación que sintetiza todo el proceso de interpretación psicológica del negocio en Only Fans se objetiviza del siguiente modo: La dedicación al trabajo de producción de imágenes sexuales se traduce en una representación de esfuerzo se vuelve un indicador de compromiso con la actividad económica. El empoderamiento como gestión de la realización personal, aparece objetivada en la mujer que se percibe capaz de promover su negocio digital bajo una estrategia comercial. El valor estético y la noción de belleza encuentran su versión objetivada en una escala jerárquica de éxito en la plataforma determinada por que tan hegemónicos son los atributos físicos de las mujeres y que tanta constancia tienen en la producción.

Todo esto sirve para encubrir la explotación y las contradicciones estructurales del machismo y el capitalismo, poniendo por encima la experiencia particular de legitimación empresarial en el marco del neoliberalismo y la vulnerabilidad que ocasiona en las mujeres como sujeto social. A esta objetivación síntesis que sirve para reconocer en la venta de la imagen autosexualizada la legitimidad social y profesional de un emprendimiento, se le ha llamado representación social como microemprendimiento.

De este proceso de objetivación es que se reúnen los recursos simbólicos necesarios para consolidar el anclaje como mecanismo de construcción final de las representaciones. Esto supone insertar las nociones ya objetivadas como la autonomía, feminidad, valor estético o control del cuerpo, dentro del sentido común nacido en el propio fenómeno que funciona como un marco sociocultural de uso exclusivo de las participantes que crean colectivamente la interpretación de su realidad. En este sentido, la objetivación del dinero como libertad, el cuerpo como instrumento y la jerarquía de belleza hegemónica como motor de autoconfianza performativa, está lista para usarse como puntos de referencia que permiten a las creadoras de contenido sexual interpretar y normalizar el trabajo sexual en Only Fans.

De este modo, el anclaje es el proceso por el cual la incontenible complejidad simbólica y psicológica que se desarrolla en la interacción de las participantes de este estudio con todo lo referente al negocio en la plataforma se vuelve algo familiar, conocido, asimilado y acomodado. Pueden elaborar así normativas propias como el reconocimiento por las mujeres que invierten más esfuerzo y capital en la producción, crear redes de apoyo donde

compartir afectos y aprendizajes, o elaborar estrategias microempresariales o de seguridad dentro de la lógica del microemprendimiento digital y la feminización del trabajo sexual en el capitalismo neoliberal.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Síntesis a partir de la teoría y la triangulación de técnicas

Lectura marxista-feminista de las representaciones sociales sobre Only Fans

Esta síntesis, surge de la triangulación de las entrevistas, grupos focales y el análisis fotográfico, herramientas que permitieron develar las representaciones sociales construidas por un grupo de mujeres creadoras de contenido sexual en OnlyFans. A continuación, se responden los objetivos específicos propuestos, evidenciando cómo las dimensiones de información, la actitud y el campo de representación se entrelazan para formar un sistema de sentido común en torno a esta actividad investigada.

Desde la perspectiva del feminismo marxista, Silvia Federici (2010) propone una lectura fundamental para comprender la mercantilización contemporánea del cuerpo de la mujer en el contexto del capitalismo neoliberal. Su tesis sobre la *acumulación originaria continua* permite interpretar que la explotación de las mujeres no se limita al trabajo formal asalariado, sino que se extiende a todo el conjunto de actividades reproductivas atribuidas a las mujeres en las distintas aristas de la vida cotidiana. En este sentido, el cuerpo se convierte en un espacio político y económico. Según la autora, el capitalismo necesita reapropiarse constantemente de la energía vital, los cuidados y la sexualidad femenina, incorporándose como fuerza productiva y como fuente de rentabilidad. (Federici, 2018)

De este modo, como un ciclo sistémico, la acumulación originaria explicada por Marx (1867) como un proceso histórico de apropiación inicial de medios de producción, aparece en su forma de apropiación de fuerza vital femenina como un proceso sistémico. Si bien la apropiación original de los recursos naturales esenciales limita radicalmente las posibilidades de libertad de toda la clase trabajadora, en el trabajo reproductivo, el robo de la fuerza de trabajo no remunerada de la mujer representa un ataque a su autonomía, algo fundamental para la subsistencia del capitalismo como sistema.

Las plataformas digitales de comercio de contenido sexual OnlyFans, se nutren directamente de esta dinámica donde la mujer —doblemente reducida a proletaria y como reproductora no asalariada— es condicionada por la vulnerabilidad que el neoliberalismo

post pandemia irradia en los estratos bajos y medios de la economía. Las mujeres jóvenes de la GAM, comparten características como estar expuestas desde muy temprano a la hipersexualización, al acoso y a la cosificación de su cuerpo, pero, en paralelo, son impactadas por la cultura del consumismo y el mercantilismo.

Esto es aprovechado por estos nuevos espacios virtuales para el mercado que representan un nuevo cercamiento —en el sentido que Federici otorga al proceso histórico de expropiación de bienes comunes— aplicado al control de la sexualidad, de las experiencias íntimas, de los afectos y de las imágenes corporales para transformarlas en mercancías privatizadas.

Desde esta base económica y sociocultural es que las mujeres modelos de Only Fans crean un sentido común y construyen sus representaciones sociales. La aparente libertad de las creadoras de contenido se encuentra condicionada por una coerción económica estructural y por la lógica de acumulación de capital digital. Como advierte la autora, “cada nueva fase del capital implica un acercamiento de la vida” (Federici, 2010, p.34), lo que se puede interpretar como que las estrategias de autoempleo o autogestión de las mujeres, no eliminan las relaciones de dependencia, sino que las reconfiguran en términos de autoexplotación y control subjetivo.

De este modo, la participación de las mujeres en economías digitales que venden contenido erótico y sexual, puede interpretarse como una nueva etapa en la “feminización del trabajo” donde las habilidades sociales, la apariencia física y la gestión emocional se convierten en recursos productivos. El cuerpo pasa a ser el principal instrumento de trabajo y, a la vez, el objeto de vigilancia y disciplina simbólica. Se normalizan las prácticas de autovigilancia, rendimiento y exposición constante bajo la retórica neoliberal de la libertad y el emprendimiento. En este sentido, la lectura de Federici (2018) permite situar al fenómeno del trabajo sexual digital dentro de una genealogía más amplia de la explotación del cuerpo femenino como fuerza de acumulación y como símbolo del poder patriarcal en la modernidad capitalista.

No obstante, el análisis revela que las representaciones sociales construidas por las creadoras de contenido son complejas y multifacéticas, y sirven precisamente para naturalizarlas el tipo específico de alienación de trabajo sexual que suscitan los nuevos mercados digitales de contenido sexual en las mujeres. Lejos de una visión unidimensional, ellas representan su labor en OnlyFans como:

- Una estrategia de supervivencia económica: como respuesta a la precariedad, falta de oportunidades laborales y obligaciones de cuidado, la cual les ofrece autonomía

económica. Reconocen esto en el marco de la instrumentalización del cuerpo sexualizado como herramienta propia para lograr mayor autonomía económica en medio del neoliberalismo.

- Una variante del trabajo sexual profesionalizado: actividad económica que demanda tiempo, recursos y habilidades de producción, mercadeo, creación de redes de apoyo, disciplina, planificación y una lectura constante del consumidor y del propio lugar en la cultura como mujer joven de la GAM.
- Una fuente de agencia desde la autopercepción: Aunque son conscientes de la auto objetivación, instrumentalizan sus cuerpos, para reclamar mayor control sobre su imagen sexualizada por el sistema, sin poder contrarestar la cosificación de su sexo, se reapropian de parte de sus réditos y reconocen en eso una mejora de su autoestima y liberación de entornos abusivos.
- Una carga de estigma y gestión del secreto: La percepción social de este trabajo es siempre permeada por lo actitudinal negativo, asociándose con la prostitución y otras formas de trabajo sexual, lo que las obliga a llevar este trabajo en el secretismo y en lo más privado de su entorno social. Por esto, aunque existe noción de empoderamiento, las participantes no plantean que el trabajo sexual en Only Fans sea una actividad que conduzca plenamente a la dignificación, a desarrollar las potencialidades de las mujeres y a la emancipación. Por el contrario, reconocen la influencia del mercado, del machismo y la objetivación en este mercado digital pero, no obstante, demandan participar de ella contra toda hipocresía y prejuicio moralista que también encubre las causas estructurales de su vulnerabilidad como mujeres.
- Un espacio de colaboración y microemprendimiento: Surgen redes de apoyo entre pares dentro del sector informal o independiente, como relaciones entre trabajadores y trabajadoras que sobreviven a la precarización laboral o al desempleo crónico. Cuando se trata de relaciones de este tipo entre mujeres, se apela a la solidaridad por encima de la competencia dado a que los lugares de la escala jerárquica de belleza les da la estructura para organizar los espacios disponibles en la demanda sin necesidad de crear distanciamientos y, más bien, creando una vocación colaborativa donde intervienen la identificación de los afectos y la sororidad entendida desde su forma más vivencial como apoyo entre mujeres de la misma condición de clase y género.

5.2 Resultados según objetivos

Respecto al primer objetivo

Describir los conocimientos que componen la dimensión de información de las representaciones sociales que construyen las creadoras de contenido.

La dimensión de información de las RS se refiere al conjunto de conocimientos organizados que el grupo posee sobre el fenómeno. El análisis del discurso revela que las participantes han construido un corpus de información sofisticado y multifacético sobre el funcionamiento de OnlyFans, que va mucho más allá de la simple noción de “vender contenido sexual”.

- Las representaciones sobre la autopercepción está constituida por conocimientos específicos sobre la existencia de una escala de valor estético que a su vez permite generar autoconocimiento para lograr la instrumentalización del cuerpo.
- Existen conocimientos sobre sus atributos y roles asignados socioculturalmente como mujeres, mediante representaciones que se construyen como interpretación de la mirada externa, de la demanda y deseabilidad social.
- Se generan conocimientos sobre la dinámica de perpetua sexualización del cuerpo de la mujer en la sociedad capitalista y el sistema cultural machista.
- Conocimiento sobre el comportamiento del empleo femenino precarizado por el desempleo en contraste con las ventajas percibidas y vivenciadas al participar en Only Fans.
- Conocimientos sobre su inserción efectiva al mercado por medio de la plataforma que les permite adquirir conocimientos sobre los niveles necesarios de autoexposición sexual de sus cuerpos y reconocer su imagen erotizada como mercancía.
- Conocimiento técnico y mercadeo: Las creadoras demuestran un conocimiento detallado sobre las herramientas estratégicas y estrategias necesarias para triunfar en la plataforma. Evidencian que conciben su actividad como un microemprendimiento digital. Saben que la cantidad de contenido, la constancia en la publicación y la promoción en redes sociales son factores críticos para alcanzar una rentabilidad deseada en esta plataforma. Este conocimiento las lleva a realizar inversiones económicas y de tiempo, profesionalizando su labor.
- Conocimiento del tipo de oferta y demanda: poseen una comprensión aguda de la economía de las plataformas y de los deseos del consumidor. Entienden que la

mercancía central es la imagen sexualizada de sus cuerpos y que existe una demanda diversificada.

- Conocimiento de los riesgos: La información que manejan también incluye una conciencia clara de los riesgos psicosociales. Saben que su actividad está estigmatizada y asociada a la prostitución, que por esta relación con el trabajo sexual son propensas a ser víctimas de misoginia y que son especialmente vulnerables al acoso como al femicidio.

En resumen, la dimensión de la información de sus RS no se limita a lo operativo, sino que es un conocimiento profundamente contextual que abarca la ubicación en el sistema económico-social, la técnica, el mercado, los riesgos y las estrategias de conducción social necesarias para desarrollarse en un entorno laboral tan específico como lo es el de ellas.

Respecto al segundo objetivo

Identificar las actitudes que orientan el sentido de las representaciones sociales en el contexto de la plataforma OnlyFans

La dimensión de actitud se refiere a la orientación afectiva y valorativa del grupo hacia el objeto de representación. En este caso, las actitudes son profundamente ambivalentes y están marcadas por una tensión constante entre la autonomía económica y el estigma internalizado. No obstante, se reconoce la tendencia a un equilibrio entre las representaciones de manera que las que están permeadas de actitudes negativas se compensen con otras que representen lo actitudinal positivo.

- Actitud de empoderamiento y autonomía: Frente a la vulnerabilidad económica y de género, muchas participantes desarrollan una actitud positiva hacia OnlyFans, percibiendo como una herramienta de liberación. Esta actitud valora la plataforma como un espacio que les devuelve un control sobre sus vidas y sus cuerpos, permitiéndoles una autonomía que el mercado laboral convencional les negaba.
- Actitud de resignación y compensación alienante: Sin embargo, esta actitud positiva coexiste con una de resignación. La motivación primaria, expresada de manera unánime es la necesidad económica. Frases como “la plata” o la necesidad de “sobrevivir” de Julia reflejan una actitud que no necesariamente celebra la actividad, sino que la asume como la opción disponible más práctica y eficiente. Aquí se configura lo que la tesis denomina la “representación de compensación alienante”: una actitud que acepta la enajenación de su imagen e intimidad a cambio de compensación económica que resuelve urgencias materiales.

- Actitud defensiva frente al estigma: Finalmente, se identifica una actitud defensiva y de resistencia frente al juicio social. Son conscientes de que son constantemente juzgadas como “prostitutas” ,aunque nunca lleguen a ser vistas o tocadas de manera física por ningún consumidor de contenido, lo que genera una actitud de desconfianza hacia el “mundo exterior” y una necesidad de justificación constante, tanto ante los demás como ante sí mismas, reafirmando el carácter de “trabajo legítimo” de su actividad.

Para reconocer mejor una tendencia al equilibrio actitudinal, se ofrece la siguiente organización de las representaciones según su carga simbólica positiva o negativa en la subjetividad de las creadoras de contenido sexual para Only Fans.

Tabla 2.

Correspondencia compensatoria entre representaciones sociales de carga actitudinal positiva y negativa.

Representaciones sociales con predominancia de actitud negativa	Representaciones sociales con predominancia de actitud positiva
RS de auto-objetivación del cuerpo	Rs de abandono de la pasividad impuesta
RS de feminidad erotizada	RS de control relativo
RS de tipificación hegemónica-fetichizada	RS de retroalimentación y autoconfianza
RS de diferenciación del trabajo sexual	RS de empoderamiento y autonomía
RS de juzgamiento y control	RS de legitimidad como microemprendimiento.

Nota: elaboración propia con base en las entrevistas. Las columnas incluyen las representaciones sociales con mayor carga actitudinal de orden negativo (en color naranja) que encuentran una suerte de respuesta en las filas contiguas pertenecientes a la comuna de representaciones sociales con mayor carga positiva, generando una tendencia al equilibrio y la compensación subjetiva que permita normalizar la actividad en el sentido común del Only Fans.

Existen representaciones sociales que se ubican en zonas de alta ambivalencia pues representan la tensión entre independencia y alienación lograda. Las representaciones sociales como:

RS de lógica empresarial neoliberal

RS de jerarquía de valor estético-productivo

RD de autenticidad y accesibilidad

RS de gestión del secretismo

Reflejan cómo en la psicología nacida en el fenómeno, estas representaciones que pertenecen al orden operativo de la actividad en Only Fans también expresan un campo simbólico de contradicciones afectivas atravesadas por la vergüenza, el orgullo, el poder ejercido sobre el cuerpo, la vulnerabilidad constante, la libertad recibida y la autocondena.

Es por esto que la dimensión de actitud de una representación social no define la aprobación o rechazo completo de sus creadoras desde la psicología colectiva, sino que describe la fluctuación sistémica entre las posiciones positivas y negativas. Así, se puede entender cómo las mujeres productoras de contenido sexual desafían valores conservadores y machistas desde lógicas patriarcales y neoliberales que mercantilizan el deseo en la feminización del trabajo digital.

Sobre el objetivo 3

Reconocer la organización del campo de representaciones en el discurso de las participantes

El campo de la representación social es la estructura jerárquica que organiza los elementos de las RS en un modelo coherente. El análisis crítico del discurso permite identificar un campo de representación central que funciona como un núcleo figurativo: OnlyFans como un mecanismo de supervivencia económica que instrumentaliza el cuerpo erotizado, profesionaliza su gestión y que debe ser protegido del estigma social.

Esto quiere decir que es la interpretación psicológica de la vivencia de las mujeres creadoras de contenido sexual lo que funciona como centralidad de un sistema de interacciones de distintos conjuntos de representaciones sociales.

El campo de la representación organiza toda la experiencia de las participantes y se articula en torno a varias imágenes clave:

- La tensión entre la alienación del trabajo sexual y la superación de barreras: las representaciones sociales identificadas sirven, en general, para naturalizar relativamente la actividad de venta de contenido sexual. Esto supone que en el sentido común creado para la interacción en el fenómeno tiene como propósito integrar los siguientes elementos generales: el tipo de alienación del trabajo sexual que enajena a la mujer de su cuerpo sexualizado, lo cosifica y lo pone a disposición del mercado. La

posibilidad de insertarse a la dinámica microempresarial por medio del aprovechamiento de los trabajos emergentes de orden digital en la etapa neoliberal del capitalismo. La integración sucede cuando las mujeres acceden a la dinámica de mercantilización de su imagen sexualizada por medio de la apropiación e instrumentalización de su cuerpo, lo que permite aceptar la objetivación de sexo a cambio de participar y controlar determinados aspectos de su cosificación en el mercado. Así, la legitimación como microemprendimiento logra acomodar los símbolos de la cultura machista, del sistema patriarcal y la lógica del mercado neoliberal en un esquema psicológico de empoderamiento relativo.

- El cuerpo como instrumento de trabajo: El cuerpo deja de ser un ámbito puramente personal para convertirse en un instrumento que requiere inversión, mantenimiento y gestión. El cuidado estético (gimnasio, nutricionista, uñas, vestuario) no es un lujo, sino una inversión de capital necesaria para la producción de mercancía. Esta instrumentalización es ambivalente: para algunas es una fuente de estrés, como para Daria que debe dedicar recursos de tiempo y dinero cada semana para arreglarse los pies y sus uñas cada vez que desee hacer un set de fotos nuevo, los cuales pueden ser hasta 2 veces por semana, pero para otras, como Hilary, se traduce en una mayor atención al autocuidado y un aumento de la autoestima.
- La doble vida: La estructura social binaria (pública/privada y moral/inmoral) fuerza la creación de un modelo de doble vida. Las creadoras operan en dos esferas: una pública, donde gestionan el secreto y el estigma (como Valery con su esposo), y una privada/digital, donde desarrollan su actividad laboral, a menudo con el apoyo colaborativo de otras creadoras, como el caso de Claudia con su amiga o de Julia con su hermana.
- El microemprendimiento colaborativo: El campo de la representación incluye un modelo de organización del trabajo que va del esfuerzo individual a la conformación de redes de microemprendimiento, en las cuales publicitan y organizan dinámicas con sus seguidores. Este modelo, que fluctúa entre la autoexplotación individual y la solidaridad entre pares, es una respuesta a la falta de una oportunidad laboral formal y a la externalización de riesgos por parte de la plataforma.

Para rescatar la utilidad de plantear la dimensión de campo de una representación social como una imagen organizada y jerarquizada, se presenta la figura 1. donde se observan las relaciones entre las representaciones sociales identificadas conformando el sentido común nacido en el fenómeno del trabajo sexual en Only Fans.

Figura 1.

Las representaciones sociales sobre Only Fans que construyen las creadoras de contenido sexual.

Nota: Elaboración propia en base a la información recopilada en entrevistas y el grupo focal.

El gráfico muestra tres zonas de representación psicológica de los símbolos que significan la actividad en Only Fans. En el centro está la representación síntesis del cuerpo sexualizado convertido en mercancía que funciona como centro del sistema complejo. En medio, se encuentran las nociones generales de autonomía económica, condena social, objetivación del cuerpo y de legitimación. El círculo externo es donde las representaciones sociales generan la objetivación y anclaje tomando nociones del contexto sociocultural y asimilandose para hacerlas funcionales al sentido común del fenómeno. En azul aparecen las RS de actitud positiva. En rojo se ubican las Rs de actitud negativa. Las RS en color negro son de carga actitudinal ambivalentes o de orden operativo.

5.3 Conclusiones

1. Las representaciones sociales sobre Only Fans revelan que las creadoras de contenido sexual construyen sistemas organizados de conocimientos multifacéticos que incluye la conciencia de la instrumentalización de su cuerpo sexualizado, de una escala de valor estético y roles de género socioculturalmente impuestos. Además, elaboran conocimientos de producción material, técnicos, de mercadeo y sobre cómo establecer redes de apoyo que les permiten concebir su actividad como un microemprendimiento digital mediado por el estigma, la vulnerabilidad y los riesgos psicosociales que el sistema patriarcal y capitalista reproduce tanto para control de su cuerpo como para mercantilizar su imagen sexualizada en la plataforma.

2. La dimensión de actitud de las representaciones sociales revelan que existe una constante ambivalencia simbólica que refleja las contradicciones del sistema económico y cultural. Only Fans es representado desde actitudes de empoderamiento y autonomía que entienden la actividad como herramienta de liberación económica y control reactivo de la sexualización perpetua del cuerpo de la mujer. Por otro lado, se ubican representaciones de juicio moral externo que se asimilan como autovigilancia de la auto objetivación sexual. Para equilibrar esta tensión, las representaciones de abandono de la pasividad impuesta, la compensación económica alienante y, en síntesis, la de legitimación como microemprendimiento, terminan de crear una relación funcional entre auto gestión y alienación del trabajo sexual.
3. El campo de representación configura un sistema simbólico jerárquico donde el centro es la interpretación de Only Fans como un mecanismo de supervivencia económica en distintos niveles, la instrumentalización del cuerpo erotizado, la gestión del negocio de venta de contenido sexual y la intención de superar la influencia del estigma social interiorizado. Como un sistema psicológico complejo, los componentes se relacionan como flujos constantes que integran la lógica del patriarcado y del neoliberalismo con la autopercepción de las mujeres como sujeto social. De este modo, se construye una doble vida para la reconfiguración del cuerpo como instrumento que fluctúa entre el ámbito público-moral y privado de autoexplotación.

En síntesis, las representaciones sociales construidas por estas mujeres son un sistema psicológico complejo y funciona como un todo organizado: el sentido común nacido para el fenómeno. No simplemente se auto representan como víctimas ni únicamente como emprendedoras empoderadas. Su sentido común colectivo es una epistemología de la supervivencia que les permite navegar la coerción económica del neoliberalismo, gestionar la alienación de su cuerpo sexualizado y construir una legitimidad para su trabajo, a pesar del estigma y la precariedad estructural que las envuelve.

5.4 Recomendaciones

1. A las universidades públicas de Costa Rica, en específico, a las facultades de Ciencias Sociales que estudian el fenómeno de los mercados virtuales emergentes, se recomienda generar datos empíricos que puedan servir como soporte de hipótesis

complejas cómo afecta a las mujeres de la Gran Área Metropolitana convertirse en trabajadoras sexuales en el rubro específico de venta de imágenes eróticas en plataformas virtuales. De este modo, se podría contrastar los resultados de estudios como este que se ocupan exclusivamente de la dimensión psicosocial.

2. A las personas profesionales en Psicología y quienes se encuentran en formación de esta disciplina, se recomienda apoyarse en una perspectiva fenomenológica para que los afectos que se movilizan en el estudio de la experiencia de la mujer en el neoliberalismo no genere perjuicios ni moralismos que impidan una mejor lectura del fenómeno. Además, se recomienda emprender estudios de método interdisciplinario para poder responder a la complejidad que reclama la investigación sobre sistemas sociales como el de las mujeres que trabajan para Only Fans que requieren del conocimiento de diferentes dominios para ser abordados.
3. A las entidades del Estado costarricense y a las organizaciones sociales que abogan por el respeto a los derechos de las mujeres, se recomienda fomentar, financiar y emplear estudios científicos desde las Ciencias Sociales para monitorear y crear políticas públicas que resguarden la integridad física de las mujeres creadoras de contenido sexual como un sector en crecimiento constante, dado a que, como se ha planteado en esta investigación, la subjetividad colectiva de las mujeres de la GAM entrevistadas lidian con la violencia sistémica de género que las hace especialmente vulnerables y propensas a buscar autonomía económica en el mercado desregulado de las economías digitales emergentes que no establecen ninguna relación formal con sus trabajadoras a pesar de que ejercen explotación sin vinculación laboral.

Las mujeres creadoras de contenido sexual son propensas al acoso, a la violencia misógina y al femicidio como resultado de la hipersecualización de sus cuerpos. Siendo mujeres de la GAM, según estadísticas, son especialmente vulnerables al desempleo y a la pobreza, por lo cual, son acorraladas entre la decisión de adscribirse a un mercado alienante pero efectivo y a ser condenadas socialmente por el mismo sistema que las vigila y reprime. El capitalismo neoliberal y las nuevas empresas tecnológicas que se enriquecen con las imágenes sexualizadas de mujeres vulnerables, no asumen ninguna responsabilidad en esta dinámica de explotación encubierta por valores de libertad de consumo y empoderamiento femenino a través del dinero logrado, mientras prevalece la lógica de mercado y la cultura machista de consumo de cuerpos. Esta dinámica puede convertirse en problema de salud pública si se

relacionan con los datos sobre violencia de género, exclusión social y precarización de la vida de las mujeres.

El verdadero empoderamiento vendrá del respeto por los derechos de las mujeres como seres humanos que tienen derecho a la vida y al trabajo creativo y emancipador sin estar obligadas por las condiciones económicas a auto enajenarse para lograr la movilidad social.

REFERENCIAS

Alacovska, A. (2022). Creator well-being in platformized work: A scoping review and research agenda. *New Media & Society*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/14614448221109907>

Andres, F. E., Boothroyd, L. G., Thornborrow, T., Chamorro, A. M., Dutra, N. B., Brar, M., Woodward, R., Malik, N., Sawhney, M., & Evans, E. H. (2024). Relationships between media influence, body image and sociocultural appearance ideals in Latin America: A systematic literature review. *Body Image*, 51, 101774.

Avery, L. R., Stanton, A. G., Ward, L. M., Cole, E. R., Trinh, S. L., & Jerald, M. C. (2021). “Pretty hurts”: Acceptance of hegemonic feminine beauty ideals and reduced sexual well-being among Black women. *Body Image*, 38, 181-190. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.04.004>

Baraona, M. (2016). *La metacultura del consumo: sociedad, tecnología y deseo*. Editorial UCR.

- Beauvoir, S. de. (1949). *Le deuxième sexe*. Paris: Gallimard.
- Bishop, S. (2021). Affect, agency and ambiguity: Social media and the conditions of online sex work. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 27(4), 918-933. <https://doi.org/10.1177/13548565211014459>
- Chen, S., van Tilburg, W. A. P., & Leman, P. J. (2023). *Women's self-objectification and strategic self-presentation on social media*. *Psychology of Women Quarterly*, 47(2), 266-282. <https://doi.org/10.1177/03616843221143751>
- Collins, P. H., & Bilge, S. (2019). *Interseccionalidad* (R. Filella, Trad.). Ediciones Morata.
- Farvid, P. (2020). The politics of pleasure: A feminist interrogation of the 'sex tech' industry. *Sexualities*, 23(5-6), 817-835. <https://doi.org/10.1177/1363460719850114>
- Federación Mujeres Jóvenes. (2024). *OnlyFans: Un espacio blanqueado del negocio del sexo*. Federación Mujeres Jóvenes. https://mujeresjovenes.org/wp-content/uploads/2024/05/Informe-Onlyfans_Federacion-Mujeres-Jovenes.pdf
- Federici, S. (2013). *Revolución en punto cero: Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas* (C. Fernández Guervós & P. Martín Ponz, Trans.). *Traficantes de Sueños*. https://www.feministas.org/IMG/pdf/revolucion_punto_cero_federici.pdf
- Federici, S. (2018). *El patriarcado del salario: Críticas feministas al marxismo*. *Traficantes de sueños*.
- Figiaccone, J. (2023). *Emprendedoras eróticas: un estudio de las generadoras de contenido en OnlyFans (Argentina, 2020–2022)* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio Institucional UNSAM. https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/2842/1/TLIC_EIDAES_2023_FJ.pdf
- Foucault, M. (1975). *Surveiller et punir: Naissance de la prison*. Paris: Gallimard.
- Gandini, A. (2021). Digital labour: An empty signifier? *Media, Culture & Society*, 43(2), 369-380. <https://doi.org/10.1177/0163443720957562>

- Gómez, R., & Harris, B. (2022). Secrecy, stigma and double lives: A theory of emotional labor among digital sex workers. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27*(3), zmac005. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmac005>
- Hakim, C. (2010). Erotic capital. *European Sociological Review*, 26(5), 499–518. <https://doi.org/10.1093/esr/jcq014>
- Hamilton, V., Soneji, A., McDonald, A., & Redmiles, E. M. (2022). "Nudes? Shouldn't I charge for these?": Motivations of new sexual content creators on OnlyFans. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2205.10425>
- Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. University of California Press.
- Jodelet, D. (1986). La representación social: Fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici (Ed.), *Psicología social II* (pp. 469-494).
- Johnson, L., Chen, Y., Stylianou, A., & Arnold, A. (2022). Examining the impact of economic abuse on survivors of intimate partner violence: A scoping review. *BMC Public Health*, 22, 1014. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-13297-4>
- Martínez, M. (2006). *El análisis del discurso: Teoría y método*. Universidad de Guadalajara.
- Marx, K. (1867). *El capital: Crítica de la economía política (Vol.1)*. Fondo de Cultura económica.
- Mears, A. (2020). *Very important people: Status and beauty in the global party circuit*. Princeton University Press.
- Montecinos, M. J. (2019). *Gender, class, neoliberalism: Young women's workplace subjectivities in Chile*. *Subjectivity*, 12, 264-278. <https://doi.org/10.1057/s41286-019-00076-7>
- Moscovici, S. (1984). The phenomenon of social representations. En R. M. Farr & S. Moscovici (Eds.), *Social representations* (pp. 3-69). Cambridge University Press.

- Mosley, A. J., Bharj, N., & Biernat, M. (2023). Shifting standards of sexuality: An intersectional account of men's objectification of Black and White women. *Sex Roles*, 89, 567–594. <https://doi.org/10.1007/s11199-023-01414-5>
- Muñoz, R. (2019). Las representaciones sociales como sistema complejo: Aportes para la investigación social en América Latina. Universidad Nacional de Costa Rica.
- Muñoz Palacios, M. B., & Altamirano Altamirano, S. J. (2023). Violencia patrimonial y bienestar emocional en mujeres en situación de vulnerabilidad interseccional. *Revista Killkana Sociales*, 7(2), 107–122. <https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v7i2.1283>
- Muñoz Sequeira, E. (2025, julio 22). *La GAM es un crisol entre exclusiones y abundancia*. Universidad de Costa Rica. <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2025/7/22/la-gam-es-un-crisol-entre-exclusiones-y-abundancia.html>
- Nayar, K. I. (2017). *Working it: The professionalization of amateurism in digital adult entertainment*. *Feminist Media Studies*, 17(3), 473–488. <https://doi.org/10.1080/14680777.2017.1303622>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2021). World employment and social outlook: Trends 2021. <https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/trends2021/lang--en/index.htm>
- Paidós. Jones, A. (2021). The OnlyFans paradox: Empowerment, exploitation, and the future of sex work. *Feminist Media Studies*, 21(7), 1196-1212. <https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1973070>
- Perkins, N. H., Rai, A., & Grossman, S. F. (2022). Physical and emotional sibling violence in the time of COVID-19. *Journal of Family Violence*, *37*(8), 745–752. <https://doi.org/10.1007/s10896-021-00249-6>
- Pinto, F. F., Beber, S. Z. C., & Malacarne, V. (2025). *(Des)Constructing bodies in social media: A narrative review from Foucault's perspective*. *Brazilian Journal of Education, Technology and Society (BRAJETS)*, 18(1), 201–210. <https://doi.org/10.14571/brajets.v18.n1.201-210>

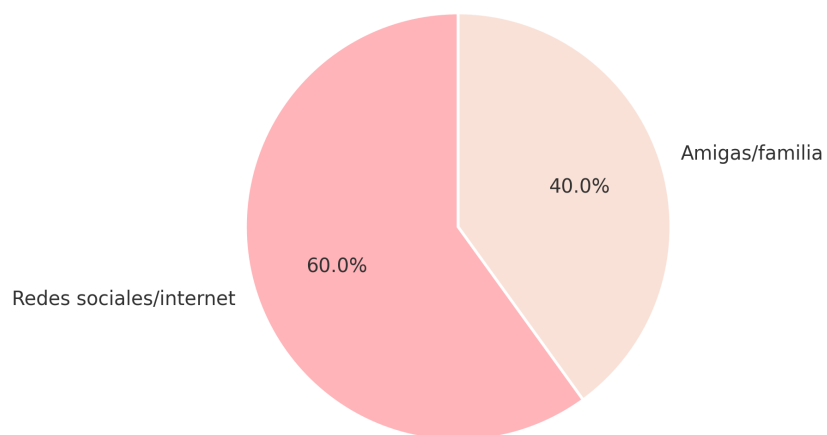
- Rousou, E., Kouta, C., Middleton, N., & Karanikola, M. (2019). Mental health among single mothers in Cyprus: a cross-sectional descriptive correlational study. *BMC Women's Health*, *19*(67). <https://doi.org/10.1186/s12905-019-0763-9>
- Sánchez Correa, F. (2023). Aportes de los feminismos a la comprensión del mundo del trabajo. *Andamios*, *20*(52), 229-255. <https://doi.org/10.29092/uacm.v20i52.1005>
- Smicek, N. (2017). Platform capitalism. Polity Press. Tziallas, E. (2023). Performative intimacy and the labor of fantasy on OnlyFans. *Porn Studies*, 10(1), 64-78. <https://doi.org/10.1080/23268743.2022.2133430>
- Van Dijk. T. (2009). *Sociedad y discurso: Cómo influyen los contextos sociales sobre el texto y la conversación*. Gedisa.
- Van Doorn, N. (2023). A new institution on the block: On platform urbanism and Airbnb citizenship. In J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), *The SAGE handbook of social media* (pp. 562-579). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781473956147.n32>
- Villarroel, G. (2007). Las representaciones sociales: Una manera de entender el sentido de las construcciones sociales. *Última Década*, 15(26), 11-19. <https://doi.org/10.4067/S0718-22362007000100002>
- Vogel, L. (1979). Marxismo y feminismo. *Monthly Review*, *31*(2), 1-31. (Trad. Mireia Bofill).
- Woodcock, J., & Graham, M. (2023). La economía gig: Una introducción crítica. *Work, Employment and Society*, 37(4), 1079-1096. <https://doi.org/10.1177/09500170221096581>

ANEXOS

1. Gráficos de las respuestas obtenidas en las entrevistas.

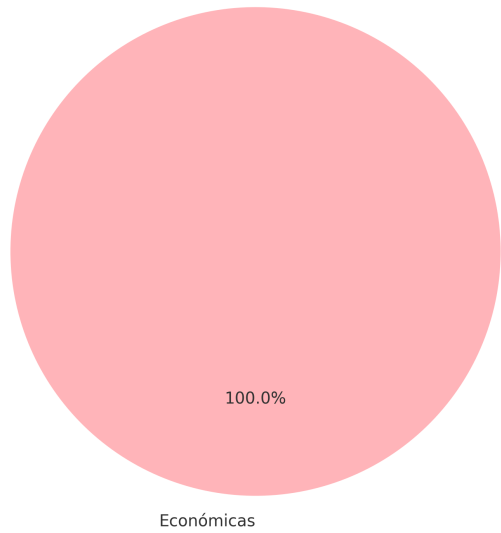
PREGUNTA 1: ¿Cómo fue que conoció sobre la existencia de la plataforma OnlyFans?

P1: Cómo conoció OF



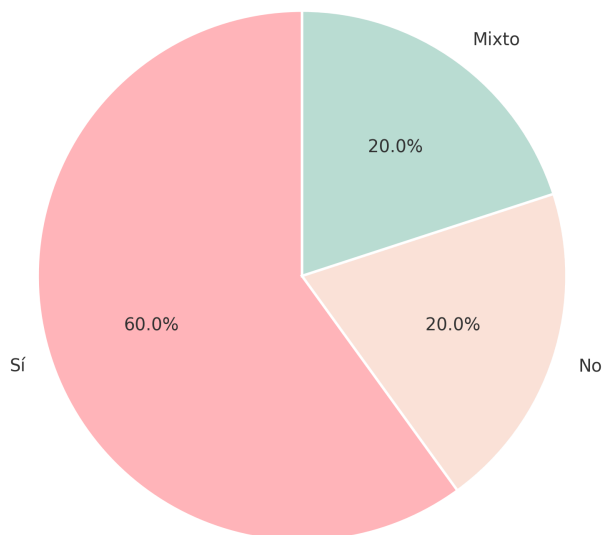
PREGUNTA 2: ¿Cuáles fueron sus motivaciones para convertirse en una creadora de contenido para esta plataforma?

P2: Motivaciones



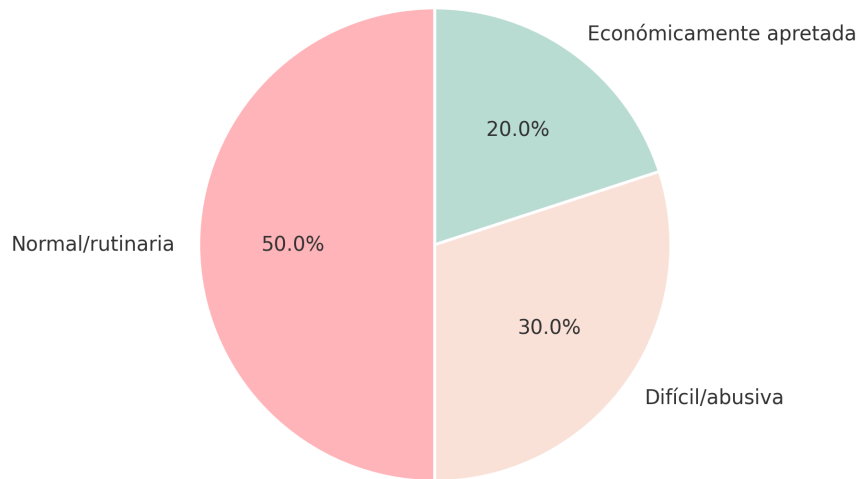
PREGUNTA 3: ¿Considera que su vida ha cambiado significativamente desde que se inició como creadora de contenido sexual?

P3: Cambio de vida



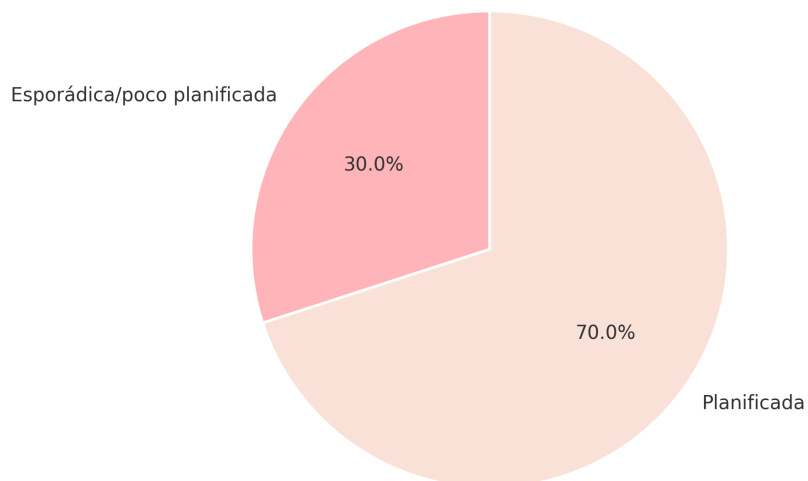
PREGUNTA 4: ¿Cómo describiría su vida previo a involucrarse en la creación de contenido para la plataforma?

P4: Vida previa



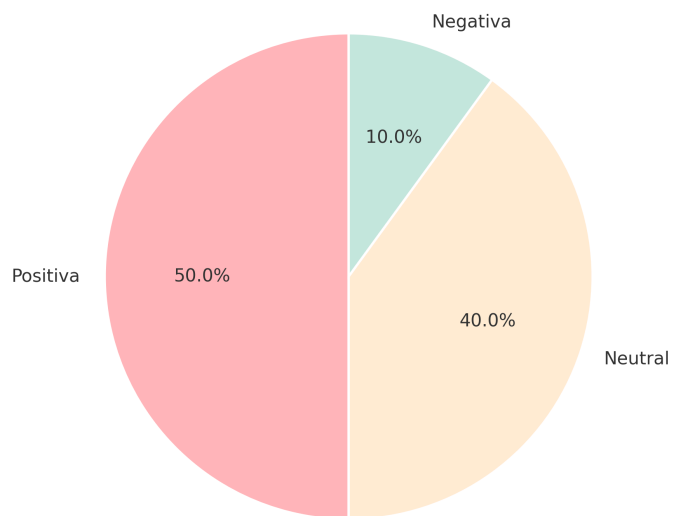
PREGUNTA 5: ¿Cómo describiría una jornada diaria de trabajo creando contenido para su perfil OnlyFans?

P5: Jornada de trabajo



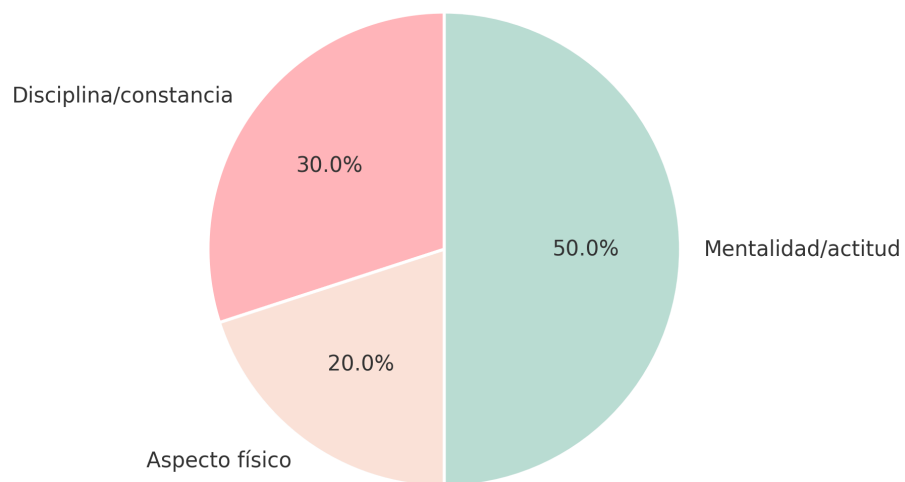
PREGUNTA 6: ¿Cómo evalúa su experiencia en OnlyFans?

P6: Evaluación experiencia (actualizado)



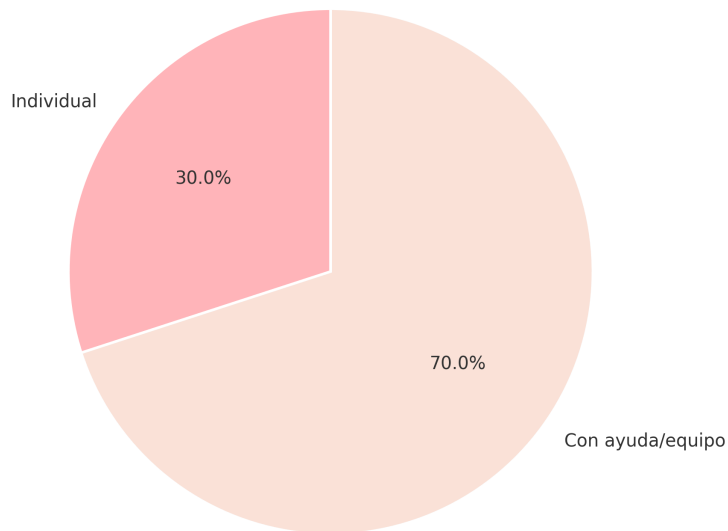
PREGUNTA 7: ¿Qué cualidades debe tener una mujer para ser creadora de contenido sexual para esta plataforma?

P7: Cualidades necesarias



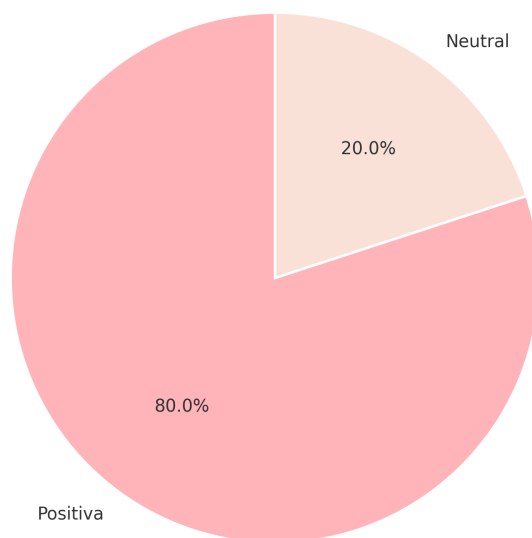
PREGUNTA 8: Las mujeres creadoras de contenido sexual para OnlyFans ¿Trabajan individualmente o conformando algún nivel de organización?

P8: Trabajo



PREGUNTA 9: ¿Cómo ha sido su experiencia en relación a otras creadoras de contenido?

P9: Relación con otras creadoras



PREGUNTA 10: ¿Cómo considera que es la percepción que tienen las personas sobre usted en tanto creadora de contenido sexual?

P10: Percepción social

