

EXPLORACIONES PRELIMINARES SOBRE EL TRABAJO SEXUAL MEDIADO POR PLATAFORMAS EN LA ARGENTINA POSPANDEMIA

DOSSIER

ESTEFANIA MARTYNOWSKYJ – emartynowskyj@gmail.com
*Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Instituto de Ciencias
Antropológicas / Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina*

ARK CAICYT: <https://id.caicyt.gov.ar/ark:/s16668979/afmu4qcui>
DOI: <https://doi.org/10.62174/arg.2025.10825>

FECHA DE RECEPCIÓN: 23-5-2025
FECHA DE ACEPTACIÓN: 22-9-2025

Resumen

En Argentina, la expansión acelerada de la economía de plataformas desde el 2020, junto con la retracción del comercio sexual callejero y puertas adentro –debido al despliegue de políticas antitrata y coyunturalmente a las medidas de aislamiento social, y a los temores sanitarios que despertó la pandemia de COVID-19–, habilitaron nuevas formas de comercio sexual. Un número creciente de mujeres se volcó a producir y comercializar contenido y servicios erótico-sexuales a través de plataformas digitales, donde los contactos con los clientes se encuentran mediatizados por dispositivos tecnológicos. Esta novedad inició un proceso, aún incipiente, de reconfiguración del trabajo sexual, históricamente estigmatizado, en muchos países no reconocido como un trabajo, y gobernado a través de la criminalización de quienes lo ejercen o participan de su reproducción. En este trabajo, de carácter preliminar, exploro algunas de las transformaciones vinculadas a la dinámica de plataformización, poniendo el foco en la reconfiguración de las experiencias de trabajo sexual. Indago sobre la irrupción y el alcance del ideario del emprendedurismo entre las trabajadoras sexuales; la transformación de las condiciones de trabajo –que parecieran oscilar entre la flexibilización y la autonomía, la precarización y la intensificación–; y la digitalización de la sociabilidad entre las mujeres. Para ello realicé entrevistas en profundidad a mujeres que producen y venden contenido y servicios erótico-sexuales, y observaciones no participantes en algunos de los entornos digitales donde desarrollan parte de su actividad y sociabilidad.

Palabras claves: trabajo sexual, plataformas, emprendedurismo, condiciones de trabajo, sociabilidad

524

PRELIMINARY EXPLORATIONS OF PLATFORM-MEDIATED SEX WORK IN POST-PANDEMIC ARGENTINA

Abstract

In Argentina, the accelerated expansion of the platform economy since 2020, together with the retraction of the street and indoor sex trade –due to the deployment of anti-trafficking policies and, temporarily, to the social isolation measures and health fears raised by the COVID-19 pandemic–, enabled new forms of sex trade. A growing number of women turned to producing and marketing erotic-sexual content and services through digital platforms, where customer contacts are mediated by technological devices. This novelty initiated a process, still incipient, of reconfiguration of sex work, historically stigmatized, in many countries not recognized as a job, and governed through the criminalization of those who exercise it or participate in its reproduction. In this preliminary paper, I explore some of the transformations linked to the dynamics of platforming, focusing on the reconfiguration of sex work experiences. I inquire into the irruption and scope of the ideology of entrepreneurship among sex workers; the transformation of working conditions –which seem to oscillate between flexibilization and autonomy and precarization and intensification–; and the digitalization of sociability among women. For this purpose, I conducted in-depth interviews with women who produce and sell erotic-sexual content and services and non-participant observations in some of the digital environments where they develop part of their activity and sociability.

Key Words: sex work, platforms, entrepreneurship, working conditions, sociability

525

Introducción

El desarrollo de la *web 2.0* a partir del año 2000 generó cambios profundos en la sociabilidad, codificándola tecnológicamente en torno a principios económicos neoliberales como “la jerarquía, la competencia y el lugar del ganador” (Van Dijck, 2016, p. 25). Esto ha dado lugar a lo que Van Dijck (2016) denomina como “cultura de la conectividad”, en un contexto donde los límites entre los dominios público, privado y corporativo se están replanteando.

El mercado sexual no se ha visto exento de estos cambios y las tecnologías digitales son uno de los fenómenos que han inducido las transformaciones más relevantes en los últimos años (Sanders et al., 2016). El trabajo sexual *online* (Jones, 2015) puede relacionarse con el uso de internet tanto para brindar un servicio *online* –por ejemplo, un espectáculo de masturbación para un cliente, a través de una plataforma de modelaje *webcam* o la venta de fotos y videos eróticos en

plataformas *pay to view* como OnlyFans–, como para promocionar servicios sexuales que se brindarán en un espacio físico –a través de páginas de promoción, foros de comercio sexual, *apps* de mensajería y redes sociales–.

Esta variedad de entornos digitales, que contienen a su vez una variedad de formas de realizar trabajo sexual, sea directo (en copresencia física) o mediatizado por tecnologías digitales, dificulta encuadrar a quienes realizan trabajo sexual en internet como un grupo homogéneo y novedoso. Efectivamente el uso de tecnologías de comunicación (teléfono, correo electrónico y páginas *web*) entre trabajadoras sexuales y clientes para concretar encuentros directos no es un fenómeno reciente. Lo novedoso es la emergencia de plataformas a través de las cuales los servicios sexuales se venden solo *online* y los contactos son mediatizados por tecnologías digitales (Sanders et al., 2018).

En Argentina, la expansión acelerada de la economía de plataformas se combinó con la retracción del comercio sexual callejero y puertas adentro, ocurrida durante la última década debido al despliegue de políticas antitrata, y coyunturalmente a las medidas de aislamiento social y a los temores sanitarios que despertó la pandemia de COVID-19 durante el 2020. Esto habilitó nuevas formas de comercio sexual y en los últimos cuatro años, un número creciente de mujeres –y en menor medida varones (Morcillo y Aguilera, 2024)–, se volcó a producir y comercializar contenido y servicios erótico-sexuales a través de plataformas digitales. Este proceso incipiente de reconfiguración del mercado sexual, plantea nuevas preguntas vinculadas a las condiciones y las formas de trabajo, los sentidos sobre la sexualidad y las *performances* y guiones sexo-genéricos, la relación con los clientes y los vínculos entre las mujeres que realizan trabajo sexual en internet, entre otras.

Dado que se trata de un fenómeno de reciente ocurrencia, son escasas las investigaciones que dan cuenta de las transformaciones que ha introducido internet y más específicamente, las plataformas de producción y venta de contenido y servicios erótico-sexuales, en el mercado sexual local. Sin embargo, hay trabajos que abordan este fenómeno en otros países, así como una extensa

bibliografía sobre el trabajo mediado por plataformas o la *gig economy*, de los cuales esta investigación se nutre (Álvarez Hernández y Pérez Zapata, 2020; Attwood, 2011; Del Bono, 2020; Gandini, 2019; Jones, 2015; Madariaga et al., 2019; Palermo et al., 2020; Sanders et al., 2016; Sanders et al., 2018; Scasserra y Partenio, 2021).

El objetivo de este trabajo es identificar, describir y analizar las continuidades y transformaciones que la emergencia y expansión de plataformas digitales han introducido en el trabajo sexual en Argentina. Me centro en las experiencias de mujeres que producen contenido erótico-sexual y realizan servicios sexuales a través de plataformas digitales, principalmente OnlyFans (en adelante OF). Esta plataforma fue creada en Inglaterra en el 2016 y popularizada en nuestro país en el contexto de la pandemia de COVID-19. Su propósito es vincular a creadores/as de contenido con clientes (llamados/as *fans*), permitiéndoles monetizar su trabajo sin la mediación de publicidad. La plataforma funciona a través de suscripciones pagas y “propinas”, que permiten a los/as *fans* tener acceso a distintos tipos de contenidos (los/as creadores/as obtienen el 80% del pago y la plataforma retiene el 20% restante). Esta plataforma es popular entre quienes producen contenido de tipo erótico y sexual, pero también alberga otro tipo de contenidos vinculados al *fitness* y la cocina, entre otros. Si bien las estadísticas de OnlyFans ya no son públicas, según datos recopilados por la *web* SimpleBeen, en 2025 OF cuenta con 3.565.143 creadores/as de contenido (84% de los cuales son mujeres) y en 2023 registraba un total de 305.066.000 usuarios/as registrados/as (el 78,9% de los cuales son hombres)¹.

527

Aquí presento las primeras aproximaciones al campo, vinculadas a tres dimensiones de análisis: las transformaciones de la carrera moral y la carrera comercial de las trabajadoras sexuales cuando se desenvuelven con exclusividad en entornos digitales; las transformaciones en las condiciones y formas de trabajo y en los vínculos entre mujeres vinculadas a la plataformización.

¹ Ver en <https://simplebeen.com/onlyfans-statistics/>, consultada el 21/5/2025.

Metodología y descripción del campo

La metodología utilizada es cualitativa y combina distintas técnicas de producción de datos, principalmente observaciones no participantes en entornos digitales y entrevistas en profundidad; así como también el análisis documental de fuentes de información. Dado que se trata de un trabajo exploratorio, para la selección de las entrevistadas y los espacios de observación se siguieron criterios teóricos vinculados al género, el lugar de residencia y la ocupación (mujeres radicadas en Argentina que vendan contenido y servicios erótico-sexuales) y de conveniencia, es decir, se ponderó la facilidad de acceso.

Las observaciones estuvieron focalizadas en tres espacios virtuales. Un perfil de Instagram que gestiona una creadora de contenido a quien llamaré Natalia², a través del cual promociona una asesoría virtual para orientar a quienes quieran aprender a utilizar OnlyFans, incluyendo el material (compuesto por textos y videos), que ofrece a quienes finalmente realizan la asesoría. Un canal de la aplicación de mensajería Telegram³ que administra otra creadora de contenido a quien llamaré Fernanda, para atraer *fans* o “fidelizar” a los que ya tiene. Y en una página web impulsada por Liz pero construida de manera colaborativa, que nuclea a una “comunidad virtual” de modelos y creadoras de contenido para adultos, que comenzó como un espacio de sociabilidad en WhatsApp para compartir información sobre trabajo sexual mediado por tecnologías digitales, centrado en el cuidado de quienes se inician y participan de estos entornos.

Natalia creó el perfil de la asesoría en 2021 y cuenta con 11.000 seguidoras/es. Tanto en su *feed* como en sus historias destacadas comparte información sobre cómo funciona y qué ofrece la asesoría, los requisitos para realizarla, el precio y lo que se necesita para abrirse una cuenta y crear contenido en OnlyFans; así como

² Los nombres de las personas de quienes observé sus redes y de quienes fueron entrevistadas han sido cambiados para garantizar el anonimato.

³ Esta aplicación permite enviar mensajes, fotos, videos y archivos de cualquier tipo, como también crear grupos de hasta 200.000 personas o canales para hacer difusiones a audiencias ilimitadas. Ver <https://telegram.org/faq/es#p-que-es-telegram-que-puedo-hacer-aqui>, consultada el 30/11/2023.

preguntas frecuentes sobre el funcionamiento de la plataforma, consejos para realizar material, mantener la cuenta activa y conseguir *fans*. También comparte historias de mujeres que realizaron la asesoría, focalizándose en las ganancias que obtienen y en la superación de obstáculos para afianzar su trabajo. Una vez por semana realiza una encuesta para que puedan anotarse quienes desean y están en condiciones de realizar la asesoría. Las que son aceptadas, tienen acceso a un canal de Telegram donde pueden descargar información con el paso a paso para crearse una cuenta, aprender a usarla, a producir contenido y conseguir *fans*. También son agregadas a un grupo de WhatsApp “inicial” donde Natalia y una colaboradora les hacen un seguimiento personalizado, hasta que logran verificar su cuenta y pueden comenzar a utilizarla. Luego las incorporan a otro grupo que se denomina “putigrupo”, donde comparten información y dudas sobre el trabajo en la plataforma, pero que también funciona como un espacio de socialización.

En cuanto al canal de Telegram de Fernanda, funciona como un espacio de promoción del contenido que vende en OnlyFans y de una fiesta que realiza algunas veces al año. Cuenta con 1.800 suscriptores, con quienes mantiene una comunicación constante, con una periodicidad de entre tres y cuatro veces por semana. Comparte fotos, *gif* y videos eróticos, que vienen acompañados de mensajes con un tono íntimo y que producen sensación de cercanía/familiaridad. Estos materiales muchas veces incluyen encuestas o sorteos para aumentar las interacciones, así como promociones con descuentos para incentivar la compra del material de OF o el pago por videollamadas o videos y fotos personalizadas. La aplicación permite saber cuántas personas ven los materiales que comparte Fernanda, cómo reaccionan a los mismos (con emojis) y sus comentarios. Como en el canal solo ella puede compartir contenido o enviar mensajes, para quienes quieren mantener conversaciones privadas, cuenta con un usuario en la misma aplicación, el cual comparte en todas sus publicaciones.

Por su parte, la comunidad que creó Liz en 2020 y que es gestionada de manera colaborativa por un grupo de creadoras de contenido, es un espacio de sociabilidad que funciona principalmente *online* (aunque también se encuentran esporádicamente *offline*) y nuclea alrededor de seiscientas personas –en su

mayoría mujeres cis-, que comparten información y consejos de manera libre y gratuita a través de diversas redes sociales como WhatsApp, Telegram, X (ex Twitter), Reddit e Instagram. Esta información también se encuentra alojada en una página web con formato de *blog*, de acceso libre y gratuito, que es el insumo analizado en esta investigación. Según se afirma en su descripción, “la página se utiliza para informar, ayudar, acompañar, contener, difundir y cualquier cosa que surja. Estamos dispuestxs a hacer lo mejor posible para crecer juntxs”. Esta comunidad surgió a partir del compromiso de Liz por compartir su experiencia de iniciación como modelo erótica y creadora de contenido para adultos, principalmente como actriz porno, con el objetivo de evitar abusos y malas experiencias con fotógrafos, plataformas y otras creadoras de contenido y modelos. Incluye reflexiones sobre trabajo sexual; consejos generales sobre el ejercicio del trabajo sexual *online*; pautas para construir acuerdos con fotógrafos sobre el uso de las imágenes y la forma de pago; una lista de fotógrafos/as recomendados; sugerencias para trabajar de manera respetuosa con otras/os modelos; instrucciones y consejos para el uso de diversas plataformas (Instagram; X; WhatsApp; Telegram; SnapChat; JadeQueens; OnlyFans; Reddit; CelebTv; Amateur Tv; Cam4 y Suicide Girls) y una guía sobre medios de pago disponibles en Argentina.

Asimismo, durante 2022 realicé entrevistas en profundidad a cinco mujeres argentinas que producen y comercializan contenido y servicios erótico-sexuales a través de la plataforma digital OnlyFans, aunque algunas también trabajan en otras plataformas.

Natalia, que gestiona la asesoría desde 2021, es nacida en Buenos Aires, tenía 33 años cuando la entrevisté y desde hacía pocos meses residía en España junto a su marido. Tiene estudios universitarios incompletos y ha trabajado como empleada de comercio desde su adolescencia. Comenzó realizando y vendiendo contenido en OnlyFans en 2019, de manera autodidacta, alentada por una conocida que había tenido éxito en la plataforma.

Fernanda también es nacida en Buenos Aires y tenía 33 años. Estudió biotecnología y abandonó cuando se encontraba haciendo la tesis. Trabajó como docente en una universidad pública en la Provincia de Buenos Aires y en escuelas para adultos y en 2016 se mudó a Córdoba y se dedicó a dar clases de danza y a la venta e instalación de purificadores de agua. Por esos años creó, junto a un grupo de amigas/os, un espacio virtual en Instagram (IG) de intercambio de información sobre sexualidad y de socialización para concertar citas, que con el tiempo derivaron en la realización de fiestas de la comunidad virtual reunida en torno a su IG. Luego comenzó a producir contenido para OnlyFans, alentada por sus seguidores de IG que le demandaban material personalizado. En el momento de la entrevista combinaba el trabajo en OF con otras plataformas de modelaje *webcam* y venta personalizada a través de aplicaciones de mensajería como Telegram.

También entrevisté a Verónica, nacida en Buenos Aires, de 31 años, maestra de nivel primario y mamá de una niña de 2 años. En su caso, su primer acercamiento a OnlyFans fue como gestora de la cuenta de una amiga personal, que era “famosita” en ese ámbito y no daba abasto con las tareas que requería el sostenimiento de su cuenta (Verónica, comunicación personal, 4 de octubre de 2022). Verónica se había separado recientemente y había vuelto a Argentina luego de estar viviendo en Brasil. Sentía que dedicarse a la docencia era incompatible con su deseo de estar presente en la crianza de su hija y cuando su amiga le contó que buscaba gente para trabajar con ella, inmediatamente se ofreció. Cuando la entrevisté hacía poco más de un año que se dedicaba a subir y programar el contenido de su amiga, hacerle publicidad dentro de OF y *sextear* con los clientes, y un mes desde que había comenzado a gestionar su propia cuenta. También había trabajado por períodos más breves haciéndole publicidad a un creador de contenido y a una creadora, y estaba intentando conseguir más clientes para gestionar perfiles de OF o para enseñarles de manera personalizada e intensiva a crearlos y usarlos.

Otra entrevistada fue Sara, de 35 años, residente en la ciudad bonaerense de Mar del Plata. Estudiaba psicología y tiene dos hijas en la escuela primaria. Comenzó a trabajar en OnlyFans alentada por algunas amigas que habían empezado a incursionar en la plataforma y la guiaron en la creación de la cuenta y su uso. Al

principio lo hacía como una “changa”, pero luego pudo convertirlo en su ingreso personal principal, y complementar el de su pareja en su hogar. Cuando conversamos, solo había producido contenido erótico-sexual para OF y no tenía en su horizonte expandirse a otras plataformas, ya que su plan era terminar su carrera y poder ejercer como psicóloga. Le resultaba atractivo de este trabajo el hecho de poder manejar sus horarios y conciliarlos con el estudio y la crianza de sus hijas, así como la ganancia en dólares que lo volvía más redituable que otros trabajos que Sara había realizado.

Y finalmente, entrevisté a Liz, de 22 años, nacida en Córdoba. Desde adolescente cultivó un interés por la fotografía artística y particularmente la erótica, y comenzó a vender fotos eróticas personales a los dieciocho años a través de Instagram. Como le fue bien, decidió migrar a Buenos Aires para “crecer y expandirse” (Liz, comunicación personal, 12 de octubre de 2022). Intentó sin éxito trabajar en *Suicide Girls*⁴ y atravesó en el camino malas experiencias en el vínculo con fotógrafos y otras modelos. Esto la impulsó a crear una comunidad para modelos y creadoras de contenido para adultos, centrada en el cuidado y el intercambio de información y saberes, que luego se plasmó en una página web de acceso libre y gratuito. Continuó vendiendo fotos eróticas, pero se “expandió” a otras plataformas como X y Telegram (Liz, comunicación personal, 12 de octubre de 2022). Al año empezó a producir y vender contenido en OF, y finalmente a filmar porno amateur y luego de manera más profesional, para grandes plataformas y productoras.

532

Entre el estigma de puta y el emprendedurismo

No se puede comprender la prostitución sin considerar el estigma que la atraviesa. Tanto es así que algunos autores sostienen que “la falta de reconocimiento como actividad laboral y el conjunto de efectos derivados del estigma sexual” son lo

⁴ *Suicide Girls* es un sitio web de venta de fotografías eróticas de modelos alternativas, con *looks* góticos, *punks* o *pin-ups*, en los cuales destacan los tatuajes y el pelo de colores fantasía. Fue creado en Portland (Estados Unidos) en 2001. El sitio compra sets de fotos (con estándares profesionales) que las modelos ofrecen para formar parte de la comunidad y que luego vende a los clientes. Para formar parte de su *staff* es necesario pasar por una selección donde se prueba el potencial de venta del material.

único que tienen en común quienes realizan trabajo sexual (Osborne, 2004, p. 117).

Como ha mostrado el sociólogo estadounidense Erving Goffman, la estigmatización ocurre cuando ciertas identidades son incongruentes con nuestro estereotipo acerca de cómo debe ser cierta especie de individuo e inhabilita a las mismas para una plena aceptación social (Goffman, 2010). Lo que se pone en juego en la estigmatización de la prostitución es una determinada concepción de “la mujer” y del lugar que debe ocupar en la sociedad (Juliano, 2002; Walkowitz, 1993).

El *estigma de puta* (Pheterson, 2000) es uno de los mecanismos de control más potentes sobre esta población y sobre la sexualidad femenina en general. Opera a través de la condena del intercambio sexual comercial, aunque extiende sus dominios a diversos actos de autonomía sexual femenina, produciendo y sosteniendo distinciones y divisiones entre “putas” y “decentes”, con efectos de disciplinamiento sobre todas las mujeres y de aislamiento de las trabajadoras sexuales.

533

Para manejar el estigma, quienes realizan trabajo sexual desarrollan diversas estrategias, tanto para mantener su trabajo e identidad en secreto, como para tramitar la culpa y la vergüenza (Lamas, 2016; Morcillo, 2018). Asimismo, y como el estigma es relacional y se transforma no solo en el marco de diversas relaciones sino también en distintos contextos, quienes realizan comercio sexual y sus aliadas/os han desarrollado variadas estrategias de desestigmatización (Sanders, 2017). En nuestro país se destaca la emergencia del “puta feminismo” como reapropiación colectiva del estigma a partir de la disputa del significado negativo asociado al comportamiento sexual femenino, desde una identificación y plataforma feminista en la lucha de este colectivo (Asociación de Mujeres Meretrices de Argentina, 2018).

¿Pero qué lugar ocupa el estigma que, como hemos visto, es central en la vida de quienes realizan trabajo sexual directo (en copresencia física), entre quienes realizan trabajo sexual en plataformas?

Quienes no combinan la creación y venta de contenidos y otros servicios erótico-sexuales en plataformas con el trabajo sexual directo, no se identifican necesariamente como trabajadoras sexuales, pero esto no implica que no experimenten algo del estigma que atraviesa a la comercialización de la sexualidad. Por eso muchas mantienen en secreto su trabajo o eligen a quién contarle y a quién no; no venden contenido para Argentina ni Latinoamérica; no muestran la cara en sus contenidos y no se promocionan por sus redes sociales:

Las únicas personas que no saben son los padres de él (se refiere a su marido) porque son evangelistas y si se llegan a enterar se mueren...pero después a mi pareja fue al primero que le conté ...después le conté a mi mamá...tampoco fue algo que iba divulgando...o sea, a mis amigos nunca les dije...por ahí cuando dejé de trabajar y veían qué estaba viviendo con normalidad me preguntaban qué estaba haciendo y les contaba, pero con total normalidad, no era algo tabú (Natalia, comunicación personal, 14 de julio de 2022).

Yo el otro día fui a un cumpleaños y estaba hablando mano a mano con un varón y me preguntó “¿y vos de qué trabajas?” y yo ahí pensé “¿qué digo? ¿qué digo? ¿qué digo?” ... “vendo contenido por internet” ... Y bueno, si lo vendes no creo que vendas recetas. Entonces me dice “Ah... ¿qué vendes? ¿Vendes eso que estoy pensando?” Y ahí decidí que sí, vendo eso, vendo eso. Y a la gente le da mucha curiosidad, a los varones, sobre todo, pero creo que el tabú más grande es con otras mujeres, ¿no? (...) por mi actitud y por mi soltura de cuerpo y por mi personalidad, a mí me tratan de puta desde que tengo 14 años y en su momento sentí que era un tabú, no un tabú, sino como un estigma....pero después dije, yo soy esto también y parece que yo tengo algo que la gente me ve así o hay gente que piensa esto de mí y por qué no lo voy a transmutar o no lo voy a transformar en un beneficio y en que me dé las herramientas económicas para yo hacer lo que tenga ganas de hacer, que en este momento es estar en mi casa con mi hija, ¿no? (Verónica, comunicación personal, 4 de octubre de 2022).

Yo no tengo problema para decirlo. Lo dije abiertamente cuando empecé, lo dije públicamente. Entonces todos mis amigos más íntimos saben, mi familia sabe, todo el mundo sabe. Yo lo dije abiertamente en una página que tiene muchos miles de seguidores. Sí me pasa que, a la gente nueva, cuando conozco gente nueva, no lo

menciono a menos que sepa que esta persona no le va a cambiar su percepción de mí. Si no es necesario que la otra persona lo sepa, no lo menciono porque sé que sigue siendo tabú y porque sé que eso puede darle alguna mala impresión a la otra persona (Fernanda, comunicación personal, 23 de septiembre de 2022).

No asumirse plenamente o públicamente como trabajadoras sexuales no es lo único que les permite mantener alejado el estigma, el paradigma emprendedor, propio del trabajo en plataformas, juega un rol importante en su subjetivación. En esto operan tanto la lógica de la plataforma, que requiere realizar una serie de aprendizajes técnicos para su uso, de marketing para la construcción de una marca personal y una actitud proactiva para atraer *fans* que es necesario conseguir y fidelizar; como su participación en espacios colectivos de acompañamiento y aprendizaje, como la asesoría, donde se (re)producen algunos discursos que enmarcan la comprensión del trabajo en clave de emprendedurismo.

Estos vaivenes entre el estigma y la afirmación en tanto emprendedoras, resultan interesantes para formular un contrapunto entre la carrera moral y la carrera comercial de las creadoras de contenido. Así podemos pensar, por un lado, de qué manera estas mujeres, potencialmente estigmatizables por poseer un atributo que puede llegar a desacreditarlas (Goffman, 2010), como es el hecho de vender contenido y servicios de carácter erótico-sexual, gestionan su imagen del yo e intentan “normalizar” su condición potencialmente desviada. Lo que Goffman refiere como carrera moral, es decir, el proceso de gestión de la identidad a partir de una “secuencia regular de cambios que se introducen en el yo de una persona, y en el sistema de imágenes con que se juzga a sí misma y a las demás” (Goffman, 2010, p. 133). Y, por otro lado, cómo es el desarrollo profesional de quienes se involucran activamente en el trabajo en OF, en el sentido de una carrera comercial (Brewis y Linstead, 2000) que requiere del aprendizaje de ciertas habilidades, la toma de decisiones con respecto a cómo desenvolverse profesionalmente y permite desarrollo y progresión profesional.

En relación con el primer punto, podríamos pensar que el paradigma emprendedor que da forma a la construcción de nuevas subjetividades laborales, articuladas en

torno a las prácticas de evaluación y rendición de cuentas; el imperativo de autorresponsabilidad y la psicoempresarización del yo (Santos Ortega et al., 2021), ayuda a moldear las trayectorias de quienes realizan trabajo sexual digital como “conformes” o adaptadas. De este modo, se desdibujan las fronteras de la subcultura desviada (Becker, 2010) que forja las trayectorias y las identificaciones de quienes realizan trabajo sexual directo, que, siguiendo la propuesta de Becker, precisan construir una lógica de autojustificación para neutralizar los sentimientos que por formar parte de esa subcultura pudieran tener contra sí mismas y producir argumentos para continuar con la línea de acción que han tomado. Este desplazamiento ocurre en el marco de un proceso más amplio de normalización del trabajo sexual, impulsado por las políticas económicas neoliberales que favorecen la mercantilización del sexo y encuadran la demanda de servicios sexuales (directos e indirectos) como parte del proyecto neoliberal del yo (Brents y Sanders, 2010).

El siguiente post en el IG de la asesoría de Natalia, ilustra algunos de los elementos que configuran estas nuevas subjetividades laborales vinculadas al paradigma emprendedor, entre quienes realizan trabajo sexual en plataformas:

536

No te mueras de ansiedad. Tus ganancias pueden tardar más o menos en llegar. No todxs vamos al mismo ritmo. Pero una vez que aprendas cómo manejarte, lo que ganes será acorde al tiempo que le dediques. Es un trabajo. Lo digo siempre y lo repito: no hay que compararse, eso es lo peor que podés hacer y solo te lleva a más frustración.

Ponete objetivos y enfocate en eso 🧠, nada más! Organiza tus tiempos, tus horarios. Evalúate. Prestate atención y empezá a reconocer cómo y cuándo te sentís más cómodx, en qué horarios, qué contenido te funciona mejor. Hay un montón de cosas a las que poner atención, pero nunca en quien tenés al lado. A no ser que sea para motivarte. El logro de otrxs tiene que servir para ver que se puede, no para ponerse mal. ¿Estamos de acuerdo?

PD: nadie puede decirte cuánta plata vas a hacer y menos en cuánto tiempo.

Todo depende solamente de vos 🍀 (Post 1, feed de la asesoría).

El lenguaje de optimización en el que se formula el llamado a enfocarse, organizarse, evaluarse, conocerse, motivarse y manejar las emociones, como pasos necesarios para el éxito laboral, cimientan la subjetividad emprendedora, reforzando el imperativo de autorresponsabilidad y la psicoempresarización del yo.

En relación al segundo punto, la antropóloga brasilera Claudia Fonseca (1996) sostenía en su clásico artículo “Familia y profesión: la doble carrera de la mujer prostituta” que a pesar que el estigma, la persecución policial y la censura del sentido común hacen que la prostitución no sea una profesión como cualquier otra, muchas mujeres viven sus actividades como una especie de carrera. Pero señalaba que la idea de carrera profesional o comercial, no explicaba bien el trabajo sexual de mujeres de sectores populares en el contexto brasilero y podríamos extender, latinoamericano, porque la noción de carrera de corte individualista y empresarial, implica estrategias calculadas, proyectos planificados a largo plazo, y una cierta percepción de la continuidad temporal, de la linealidad de causa y consecuencia, todas percepciones que en colectivos donde rige la inestabilidad general del empleo, la salud y la vivienda, no son nada evidentes. Y que por eso las trabajadoras sexuales acababan apostando por otros mecanismos –el apoyo a los/as hijos/as, por ejemplo– para garantizarse cierta protección durante los años posproductivos.

537

En el contexto actual, muchas de quienes realizan trabajo sexual digital lo hacen como una changa o complemento de otros trabajos, como Sara, o por un breve período de tiempo hasta encontrar un trabajo que les satisfaga más, como Fernanda. Pero otras se involucran de manera activa y sostenida en el tiempo y lo experimentan como una ocupación que disfrutan y que eventualmente les permitirá desarrollarse profesional y económicamente:

Yo ahora me estoy orientando más a que otras personas me manejen mis redes sociales. Entonces, que eso siga facturando por su cuenta y yo dedicarme a hacer más lo que es grabación y fotografía, porque también me gusta mucho la relación con otros creadores (...) Estoy con proyectos más artísticos (Liz, comunicación personal, 12 de octubre de 2022).

A futuro me veo con esto que estoy haciendo. Ahora hay otra plataforma que se llama Fansly, que a mi parecer es mejor que OnlyFans, entonces estoy armando una asesoría para eso. Hay otras chicas que también tienen un Instagram como el mío, que ya lo están enseñando a usar, pero a mí no me gusta hacer las cosas a medias o hacerlo porque se usa, y hace un año que vengo atrás de Fansly, investigando y escribiendo (Natalia, comunicación personal, 14 de julio de 2022).

No sé si quiero seguir trabajando como creadora de contenido, pero sí como asistente. Incluso hace poco como que estaba que no sabía que iba a hacer y dije “no, basta, yo quiero que esto sea un imperio”. Quiero ser asistente y quiero tener un montón...no sé si un montón, pero lo suficiente que me reditúe para vivir bien y para tener la vida que quiero (Verónica, comunicación personal, 4 de octubre de 2022).

Liz, Natalia y Verónica proyectan un crecimiento de sus carreras a partir de diversas estrategias como la delegación de tareas para poder desempeñarse en nuevos roles; el crecimiento de su negocio a través de la incorporación de nuevas plataformas de trabajo o la profesionalización y el crecimiento a partir de la oferta de un servicio especializado dirigido a otras/os creadoras/es.

538

Transformaciones de las condiciones de trabajo vinculadas a la plataformización

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la emergencia de plataformas digitales de trabajo representa uno de los cambios más importantes ocurridos en el mundo laboral en los últimos diez años (OIT, 2019).

Los principales desafíos que presenta el trabajo mediado por plataformas son que los/as trabajadores/as no cuentan con jubilación, licencias, condiciones y medio ambiente de trabajo adecuadas, salario mínimo ni vacaciones (Scasserra y Partenio, 2021). Aun así, para colectivos tradicionalmente precarizados y excluidos, las plataformas digitales podrían expandir las oportunidades de trabajo, favorecer la flexibilidad espacial y temporal, crear ambientes de trabajo positivos e incluso facilitar la creación de comunidades virtuales (Álvarez Hernández y Pérez Zapata, 2020).

A priori, este parecería ser el caso del trabajo sexual mediado por plataformas, ya que históricamente se trata de una ocupación estigmatizada, en muchos países no reconocida como un trabajo, y gobernada a través de la criminalización de quienes la ejercen o participan de su reproducción (Varela y Daich, 2014).

La bibliografía especializada ha señalado que internet ha reducido la exposición al riesgo para quienes realizan comercio sexual, en términos de mayor seguridad física, menores interacciones con la policía y mayores posibilidades de seleccionar clientes (Jones, 2015). Aunque ha creado nuevos riesgos que se vinculan con problemas para mantener su trabajo y su identidad en secreto, es decir, un problema de privacidad; así como con el acoso a través de tecnologías de comunicación digital. También, la impredecibilidad vinculada a no saber cuánto dinero se va poder ganar y a la posibilidad de que la plataforma cierre la cuenta por infringir alguna norma o a que les cierren la billetera virtual -lo cual da cuenta de la persistencia de la precariedad del trabajo sexual como fuente de ingresos-. Todos estos riesgos, imaginados o experimentados, fueron referidos por las entrevistadas y por quienes participan de la asesoría. Aun así, la plataformización ha creado un entorno laboral más atractivo, lo cual atrajo a personas que no hubieran considerado realizar comercio sexual directo (Jones, 2015).

539

Un testimonio compartido en la asesoría, expresa todos estos puntos de la siguiente manera:

Es muy personal la decisión de tener o no *Only*, sean muy muy conscientes que se están exponiendo física y energéticamente a miles de tipos y minas de todo el mundo, muchísimos trastornados.

Lleva MUCHAS horas trabajarlo y mover la cuenta, se puede vivir de eso? Se puede. Lleva tiempo.

También te pueden cerrar la cuenta de un día para el otro, o te pueden cerrar la billetera virtual por la que cobras y perdes los *follows* y el \$\$\$

A mí personalmente me encanta *Only*, me encanta la poesía de cobrar por mostrarme, me encanta la comunidad de mujeres hermosas que conocí ahí y me

encanta también porque es un gran filtro de gente en la vida real: nada mejor para detectar prejuiciosos y dinosaurios que contar que tenes *Only*, podes ver cómo se les transforma la carita jajaja (Post 2, *feed* de la asesoría).

Quienes estudian la plataformización han señalado que la gestión platáformica del trabajo, caracterizada por la observación, el registro y la evaluación permanentes de los/as trabajadores/as mediante las opiniones de los clientes y el escrutinio de los resultados, parecería estar acentuando la competitividad y amplificando dinámicas de precarización e intensificación del trabajo. La reputación digital, central en los trabajos mediados por plataformas, no solo se construye a partir de la exposición al rating y el ranking permanentes, sino que depende de la construcción y el mantenimiento de una marca personal, todo lo cual “supone un fenomenal esfuerzo emocional continuo”, que al mismo tiempo que produce inestabilidad u oscilación emocional, difumina e intensifica la disciplina (Álvarez Hernández y Pérez Zapata, 2020).

Tanto los relatos de las entrevistadas, como los saberes y experiencias compartidos en la asesoría y la página web impulsada por Liz, y la frecuencia con la que Fernanda se publicita en su canal de Telegram, dan cuenta del proceso de intensificación del trabajo, al señalar que para ganar un ingreso mensual que les permita vivir de la producción y venta de contenidos, necesitan trabajar una gran cantidad de horas, las cuales se dividen en tiempo para producir contenido, tiempo para promocionarse, tiempo para interactuar con los *fans* y tiempo para “fidelizar clientes”. Y, al comienzo, tiempo para crear y validar su cuenta y aprender a usarla. También invierten una gran cantidad de tiempo en construir una marca personal, es decir, un estilo propio que se convierta en un producto vendible.

Natalia y Verónica lo explicaban de la siguiente manera:

Al principio le dediqué muchas horas...muchas...estaba, me volví muy viciosa porque me daba cuenta que hacía mucha plata rápido...un día en un par de horas hice 350 dólares y yo ganaba 470 dólares al mes...y era como que “guau”, era mucha plata...entonces, claro, me empecé a poner re viciosa y estaba todo el tiempo “dropeando”, promocionándome, para tener más alcance...después la

conversación con los *fans*...al principio estaba como más metida y después empecé a soltar un poco y a relajar porque me daba cuenta que iba por la calle con mi pareja, estábamos yendo a un bar, y yo estaba en la calle contestando...no paraba y me quedaban los dedos marcados...re vicio...porque después se volvió como medio una ambición también...mi despertador sonaba a las 6 de la mañana, yo abría los ojos, no me levantaba, y empezaba a “dropear” hasta las 7, me levantaba, me lavaba los dientes, me bañaba, me ponía a desayunar, a las 8 prendía la computadora que arrancaba con mi jornada laboral en relación de dependencia y por ahí contestaba un par de mails y seguía en esa...y por ahí era la noche y yo seguía en esa... pensando en eso, o sacándome fotos para subir... (Natalia, comunicación personal, 14 de julio de 2022).

La verdad es que me demanda mucho tiempo, todavía como que siento que el intercambio con lo monetario es un poco bajo para la cantidad de horas que lleva. Porque si estás, funciona, si no estás, no funciona. Entonces yo me levantaba, ahora no lo hago más, no estoy casi en OnlyFans, solo con mi cuenta de OnlyFans, pero cuando laburaba para ella, con su OnlyFans, me levantaba, prendía la compu y ahí estaba. Y en el mientras tanto, mientras esperaba una interacción de algún cliente, subía contenido, arreglaba el perfil, cambiaba cosas, “amiga, pasame el contenido” ... hacía todas esas cositas y estaba... no sé, te diré... Después empecé como a restringir y dije “bueno, le voy a poner dos horas de la mañana, dos horas a la tarde, dos horas a la noche y listo, y cierro el día” porque si no, no tiene fin, ¿viste? Mientras estén activos los clientes está, y como es algo mundial, como que a toda hora, en todo momento (Verónica, comunicación personal, 4 de octubre de 2022).

Al mismo tiempo, narran la satisfacción que les da el poder trabajar cuando quieran y desde donde quieran, y cómo eso les permite realizar otras actividades que les gustan o encargarse de sus hijas/os. Asimismo, resaltan como positivo la posibilidad de elegir qué tipo de contenido y servicios ofrecer:

Cosas buenas...es encontrarse con una sexualidad que no conocemos o por ahí a veces para las mujeres el encuentro sexual con una misma ha sido con mucho tabú, entonces de esta manera aprendimos a soltarnos un poco más, a conocernos un poco más, desde el placer también...y de percibirnos de otra manera y entender que más allá de que por ahí una está acostumbrada a ver publicidades de un

cuerpo así, un cuerpo así, te das cuenta que tu cuerpo le puede gustar a cualquiera, que no necesariamente tenes que ser de una u otra forma, o como te imponen las redes, la televisión y el cine... o no sé, juguetes (sexuales) en mi vida yo había comprado un consolador, entendes? no se me había cruzado por la mente tener juguetes...fueron cosas que fui conociendo con esto y que me fui divirtiendo también...que por ahí antes era para mí impensado, yo era como muy básica (Natalia, comunicación personal, 14 de julio de 2022).

Me siento mejor conmigo misma desde que hago este trabajo, creo, porque sé, o sea, después de verle la cara a muchos, como que adquirí más confianza en lo que ve el otro. Quizás antes tenía más complejos con mi cuerpo y después de que mucha gente te mira como si fueras la octava maravilla del mundo, decís “de verdad les gusta lo que están viendo”, no es que me está haciendo el favor, digamos ... igual yo nunca tuve la autoestima tan mala, tan mala, pero quizás no estaba tan segura de que... o sea, no me creía una bomba (...) en el vivo y en directo estoy mucho más segura de mí misma de lo que estaba antes porque es como un refuerzo positivo en la cotidiana. O sea, estoy mucho más cómoda. Sí, estoy mucho más cómoda, más segura (Fernanda, comunicación personal, 23 de septiembre de 2022).

542

Estos relatos están en sintonía con los hallazgos de una investigación desarrollada por Teela Sanders, Laura Connelly y Laura Jarvis-King (2016), con un grupo de trabajadoras sexuales de plataformas en Inglaterra, en la cual muestran que estas trabajadoras presentan altos niveles de satisfacción laboral y describen su trabajo como “flexible”, “divertido”, “gratificante”, “sociable” y “empoderante” y lo valoran por la recompensa financiera, la flexibilidad horaria y la libertad para decidir cuándo, dónde y cómo vender sexo. Lo que lleva a las autoras a sostener que, las mujeres que formaron parte de la muestra, tenían un alto nivel de control y autonomía sobre sus patrones de trabajo.

Otra dimensión relevante del trabajo sexual en plataformas tiene que ver con la representación sexualizada del cuerpo femenino. La expansión del mercado sexual *online* reavivó discusiones clásicas dentro de los feminismos, en torno a la sobreexposición del cuerpo de las mujeres en los sistemas de representación de la cultura moderna. Algunas autoras señalan que, en el contexto más amplio de

sexualización de la cultura, la auto exhibición del cuerpo de las mujeres de manera sensual y sexual, da cuenta de una nueva y más perniciosa forma de cosificación sexual, disfrazada con los ropajes de la libre elección y el empoderamiento (Gill, 2003, citada en Attwood, 2011). Mientras que, otras autoras afirman que la exposición del cuerpo parece ser cada vez más central en las formas de representación y en la autoexpresión individual (Barcan, 2004, citada en Attwood, 2011). En el caso de las mujeres, el influjo del discurso feminista en la cultura pública, la sexualización de la cultura y la centralidad del cuerpo de las celebridades, han desafiado la asociación entre exhibición corporal-pasividad y sumisión sexual; han asociado la visibilidad con la admiración y el éxito y han permitido imaginar al sexo como una fuente de fortaleza e independencia. Los discursos de agencia sexual se han vuelto centrales para el desarrollo de nuevas feminidades que articulan antiguos marcadores de feminidad –domesticidad y maternidad– con otros vinculados a la creación de la imagen propia, el trabajo corporal y el deseo sexual (Attwood, 2011). En este contexto, “las formas controladas de visibilidad, que ellas eligen, proporcionan una posición mucho más empoderadora que someterse a las tradicionales formas de la mirada” (Attwood, 2011, p. 208). Entre las entrevistadas Natalia afirma “Me encanta la poesía de cobrar por mostrarme” y Fernanda, Verónica y Liz sostienen, como ya he mostrado, que mostrarse en plataformas les ha subido la autoestima y les ha permitido explorar su sexualidad y su sensualidad. Al mismo tiempo, esta exposición sexualizada también provoca malestares:

Para juntar plata antes de irme de viaje estuve laburando 8 o 10 horas por día, y no es un trabajo para laburar 10 horas por día. Yo cariñosamente le digo las “putillamadas” o le digo el *call center*, porque si trabajás 10 horas por día puede ser igual de insalubre que un *call center*, porque si bien hay muchas cosas que a mí me gustan de este trabajo, al veinteavo árabe que te dice “pussy, pussy, show pussy”, o sea, lo querés escupir, al final del día te genera violencia (...) para mí este es un trabajo que se hace de medio tiempo, porque te quema la cabeza interactuar con gente cuyos requerimientos son “metete algo en el culo” (...) si yo pudiera ganar la misma plata o más, haciendo algo que me requiera menos exhibición y sin tener que lidiar con “show pussy, show pussy, show pussy”, cambiaría de trabajo,

también cambiaría si fuera algo que esté más aceptado socialmente y pueda decirlo abiertamente (Fernanda, comunicación personal, 23 de septiembre de 2022).

Como hemos visto, la comercialización de una performance y/o de imágenes sexualizadas de sí mismas, asume sentidos variables y tiene diversos efectos (aún para una misma persona), que se mueven entre la valoración positiva del propio cuerpo y sexualidad y de las posibilidades que brinda su monetización *online*; y el malestar que producen los requerimientos sexuales cuando se experimentan como una relación objetificante y/o el trabajo como una actividad estigmatizante. Así, podemos pensar que, aun mediada por plataformas, la comercialización de la sexualidad continúa produciendo tensiones cuando se intenta encuadrar como un trabajo, sobre todo si no se consigue trazar una frontera entre los sentidos de placer e intimidad habitualmente ligados al sexo y el carácter instrumental de su comercialización (Morcillo, 2014).

Sociabilidad digitalizada: ¿más aisladas o juntas online?

El feminismo abolicionista ha construido a la prostitución como un espacio social donde las mujeres se encuentran desconectadas del entorno debido al estigma que las atraviesa y las empuja a “la soledad de la puta” (Galindo y Sánchez, 2007). Sin embargo, diversas investigaciones sociológicas han mostrado que entre las mujeres que realizan comercio sexual existen vínculos tanto de competencia como de solidaridad. Como señaló Morcillo, estos últimos pueden emerger en espacios “fuera de escena”, donde se comparten experiencias y consejos sin la mirada de los varones (clientes, fiolos o empleadores) y, eventualmente, devenir en organización política, constituyéndose en una forma de combatir el estigma y la violencia policial (Morcillo, 2018).

En el caso de quienes realizan comercio sexual *online*, algunas autoras sostienen que la competencia se intensifica y que esto, sumado al mayor aislamiento producido por el trabajo en plataformas, dificulta la creación de redes de apoyo (Jones, 2015). Sin embargo, otras investigaciones han dado cuenta que las redes sociales y otras plataformas han permitido que quienes realizan servicios sexuales y/o producen contenido erótico-sexual, se conecten y compartan experiencias y

saberes y se apoyen frente a diversas dificultades que surgen en el marco de su trabajo (Sanders et al., 2018).

Aún es pronto para saber si estas redes decantarán mayoritariamente en organización política, o funcionarán principalmente como espacios de sociabilidad horizontal, o estructurados en torno a *coaches* o asesoras que dan consejos y orientan a las novatas para monetizar su trabajo sexual *online*, en sintonía con las lógicas propias del mundo digital (Soriano et al., 2021).

Entre las entrevistadas y las mujeres que participan de la asesoría de Natalia o del grupo que coordina Liz, los grupos virtuales de apoyo, generalmente de Telegram o Whatsapp, ocupan un lugar relevante en la cotidianidad de quienes realizan trabajo sexual mediado por plataformas y funcionan no sólo como espacios para compartir inquietudes sobre cuestiones vinculadas al trabajo, sino como espacios de sociabilidad femenina donde circulan temas que exceden el trabajo sexual digital. La presión de los estereotipos de belleza, la violencia de género, la maternidad, los vínculos de pareja, los problemas económicos, son algunos de los tópicos más mencionados por las entrevistadas:

La pregunta es: ¿Podrán este putigrupo?



No me voy a cansar de decirlo, nuestra comunidad supera a OF, creamos redes de amor, contención y putitips. Eso no tiene precio



El putigrupo ya no es SOLO un canal de ayuda 24/7 para cosas de OF. Estamos para todo y para todas.



Me podrán copiar la forma en que comparto y explico la info, me podrán robar las destacadas, podrán venir y empezar a seguir a todxs mis seguidorxs, pero el amor no se roba (Post 3, *feed* de la asesoría).



Yo creo que (la página web) hizo de que bajara muchísimo la cantidad de abusos dentro de lo que es la fotografía erótica, porque ahora somos 300 personas que hablamos del tema. (...) Antes si vos necesitabas algo y querías un consejo de alguien, te lo cobraban (...) Yo siento que yo movilicé muchísimo eso de compartir información gratis y de explicar todo lo que yo conocía. Entonces yo explicaba todo lo que yo conocía y otra persona agregaba algo y armábamos un texto en común. (Liz, comunicación personal, 12 de octubre de 2022).

Ayer retomé terapia y no dejé de hablar de vos y del grupo hermoso. De hecho, mientras te escribo me emociono, porque el nivel de hermandad y sororidad que yo encontré en las pibas no lo había vivido nunca. Siempre estamos para lo que sea, Only o dramas personales o de cualquier tipo. Siempre hay ayuda, sin juzgar ni nada. Más allá de que a mí me cambió la vida en lo económico (obvio que no es magia, es LABURO), también me cambió la vida a nivel personal. Y eso no lo hubiese logrado sin vos y las pibas (*Story* compartida en el IG de la asesoría).

Estos relatos hacen hincapié en la sororidad, el amor y la solidaridad que se produce en los grupos, los cuales impactan en la vida personal de las mujeres, pero no necesariamente decantan en organización política para combatir su estigmatización o incidir en las formas de gestión y control de su trabajo por parte de las plataformas. Asimismo, se evidencia una tensión entre la gratuidad o no del asesoramiento y acompañamiento, que pone en cuestión la existencia de interés monetario y jerarquías que agrietan el ideal comunitario y horizontal vinculado a la sororidad. Sin embargo, esto no pareciera impactar en la afectividad que se produce en esos vínculos, como se evidencia en el mensaje compartido como *story* en el Instagram de la asesoría de Natalia, donde una seguidora/asesorada le agradece a ella y a las otras mujeres que forman parte del espacio que coordina, por la “hermandad y sororidad”. Así, a contramano del ideario individualista del emprendedurismo que promueve la plataforma, y al igual que sucede con otros trabajadores de plataformas, como los de reparto, los vínculos colectivos rompen la dispersión y construyen redes de solidaridad (Ortega Erreguerena, 2023, p. 65).

Reflexiones finales

Si bien el trabajo sexual mediado por plataformas es un fenómeno de reciente aparición y aún incipiente, podemos esperar que, en el marco del avance de la cultura de la conectividad y el capitalismo de plataformas, crezca y se consolide en los próximos años. Y a diferencia del trabajo sexual directo, pareciera resultar atractivo para un número mayor de personas, en su mayoría mujeres.

Como he mostrado a lo largo de este trabajo, esta modalidad de trabajo sexual presenta algunas similitudes con el trabajo sexual directo, y varias diferencias. En

relación a las continuidades, según datos brindados por OF, se mantiene una estructura generizada que ubica a las mujeres en el lugar de la oferta y a los varones en el de la demanda. Asimismo, aún opera el *estigma de puta*, lo cual se evidencia en las prácticas de ocultamiento o manejo de la información a la que se refirieron varias de las entrevistadas. Sin embargo, la estigmatización se ve matizada por otros discursos y valores sociales. Por un lado, aquellos vinculados a la sexualización de la cultura, que normalizan la auto exhibición del cuerpo de las mujeres de manera sensual y sexual como una forma legítima y deseada de representación y autoexpresión individual. En este sentido, las entrevistadas valoraron la producción y venta de una imagen sexualizada de sí, en términos de un aumento de autoestima y un mayor conocimiento y exploración de su propia sexualidad. Por otro, el ideario neoliberal del emprendedurismo que promueve los valores del esfuerzo, el mérito y el éxito, les permite a las mujeres caracterizar su trabajo en esos términos. Así, algunas de las promesas del trabajo mediado por plataformas, como la autonomía y la flexibilidad, son valoradas como características positivas del trabajo sexual *online*, aunque sopesadas por la intensificación que se produce por la gran cantidad de tareas y habilidades que son necesarias para realizarlo, y el tiempo que estas demandan.

Finalmente, frente al señalamiento que otras investigaciones han realizado sobre la exacerbación del individualismo y el aislamiento que produciría la plataformización del trabajo, encontramos una sociabilidad digital intensa que teje redes de apoyo y ayuda mutua, donde prima la solidaridad por sobre la competencia y donde las mujeres experimentan sentimientos como el amor y la sororidad. No obstante, parte de esta sociabilidad se estructura en torno a asesorías pagas, lo cual introduce elementos ajenos a la lógica horizontal que supone la sororidad, como la jerarquía y el interés monetario, aunque estos no impiden que se reconozcan como una comunidad.

¿Cómo se cita este artículo?

MARTYNOWSKY, E. (2025). Exploraciones preliminares sobre el trabajo sexual mediado por plataformas en la Argentina pospandemia. *Argumentos. Revista de crítica social*, (32), 524-551. [link]

Bibliografía

Álvarez Hernández, G. y Pérez Zapata, O. (2020). Plataformización y gestión "platafórmica": una discusión de las condiciones de trabajo en una plataforma cualificada. *RES. Revista Española de Sociología*, 30(3), 1-16. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.67>

Asociación de Mujeres Meretrices de Argentina. (2018). *Putas Feministas*. AMMAR. <https://www.ammar.org.ar/Fanzine-AMMAR.html>

Attwood, F. (2011). Through the Looking Glass? Sexual Agency and Subjectification Online. En R. Gill y C. Scharff (Eds.), *New Femininities: Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity* (pp. 203-124). Palgrave Macmillan.

Becker, H. S. (2010) [1963]. *Outsiders: hacia una sociología de la desviación*. Siglo XXI.

Brents, B. y Sanders, T (2010). The mainstreaming of the sex industry: Economic inclusion and social ambivalence. *Journal of Law & Society*, 37(1), 40-60. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1467-6478.2010.00494.x>

Brewis, J. y Linstead, S. (2000). 'The Worst Thing is the Screwing' (1): Consumption and the Management of Identity. *Sex Work. Gender, Work and Organization*, 7(2), 84-97. <https://doi.org/10.1111/1468-0432.00096>

Del Bono, A. (2020). Nuevas tecnologías y relaciones laborales: la gestión algorítmica y su impacto sobre los trabajadores de plataformas. *Voces en el Fénix*, (80), 86-91. <https://www.economicas.uba.ar/extension/vocesenelfenix/nuevas-tecnologias-y-relaciones-laborales-la-gestion-algoritmica-y-su-impacto-sobre-los-trabajadores-de-plataformas/>

- Fonseca, C. (1996). A Dupla carreira da mulher prostituta. *Estudos feministas*, 4(1), 7-33. <https://www.jstor.org/stable/43903923>
- Galindo, M. y Sánchez, S. (2007). *Ninguna mujer nace para puta*. Lavaca
- Gandini, A. (2019). Labour process theory and the gig economy. *Human Relations*, 72(6), 1039-1056. <https://doi.org/10.1177/001872671879000>
- Goffman, E. (2010). *Estigma. La identidad deteriorada*. Amorrortu.
- Jones, A. (2015). Sex Work in a Digital Era. *Sociology Compass* 9(7), 558–570. <https://doi.org/10.1111/soc4.12282>
- Juliano, D. (2002). *La prostitución: el espejo oscuro*. Icaria.
- Lamas, M. (2016). Feminismo y prostitución: la persistencia de una amarga disputa. *Debate Feminista*, 51, 18-35. <https://doi.org/10.1016/j.df.2016.04.001>
- Madariaga, J., Buenadicha, C., Molina, E. y Ernst, C. (2019). *Economía de plataformas y empleo. ¿Cómo es trabajar para una app en Argentina?* CIPPEC. <https://www.cippec.org/wp-content/uploads/2019/05/Como-es-trabajar-en-una-app-en-Argentina-CIPPEC-BID-LAB-OIT.pdf>
- Morcillo, S. (2014). "Como un trabajo". Tensiones entre sentidos de lo laboral y la sexualidad en mujeres que hacen sexo comercial en Argentina. *Sexualidad, Salud y Sociedad*, (18), 12-40. <https://doi.org/10.1590/1984-6487.sess.2014.18.04.a>
- Morcillo, S. (2018). Estigma, individualismo y organización. Micropolítica de los vínculos entre mujeres que hacen comercio sexual en Argentina. *RCS. Revista de Ciencias Sociales*, (162), 59-75. <https://archivo.revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/36561/37255>
- Morcillo, S. y Aguilera, E. (2024) "La masculinidad del otro te calienta más". Masculinidades y capital erótico en las experiencias de varones argentinos creadores de contenido para adultos en OnlyFans. *Campos*, 25(1), 151-174. <https://doi.org/10.5380/cra.v24i2.88036>

Organización Internacional del Trabajo. (2019). *Las plataformas digitales y el futuro del trabajo. Cómo fomentar el trabajo decente en el mundo digital*.
https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/%40dgreports/%40dcomm/%40publ/documents/publication/wcms_684183.pdf

Ortega Erreguerena, J. (2023). Repartidores de aplicación en México: entre el individualismo imaginado de las plataformas y las resistencias comunitarias de los trabajadores. *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, 30(88), 45-79.
<https://doi.org/10.32870/eees.v30i88.7319>

Osborne, R. (Comp.). (2004). *Trabajador@s del sexo. Derechos, migraciones y tráfico en el siglo XXI*. Belaterra.

Palermo, H. M., Radetich, N. y Reygadas, L. (2020). Trabajo mediado por tecnologías digitales: sentidos del trabajo, nuevas formas de control y trabajadores ciborg. *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*, 4(7), 1-35.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=668070943001>

Pheterson, G. (2000). *El prisma de la prostitución*. Talasa.

Sanders, T. (2017). Unpacking the process of destigmatization of sex work/ers: Response to Weitzer 'Resistance to sex work stigma'. *Sexualities*, 21(5-6), 736-739.
<https://doi.org/10.1177/1363460716677731>

Sanders, T., Connelly, L. J. y Jarvis-King, L. (2016). On our own terms: the working conditions of internet-based sex workers in the UK. *Sociological Research Online*, 21(4), 1-19. <https://doi.org/10.5153/sro.4152>

Sanders, T., Scoular, J., Campbell, R., Pitcher, R. y Cunningham, S. (2018). *Internet Sex Work. Beyond the Gaze*. Palgrave McMillan.

Santos Ortega, A., Serrano-Pascual, A. y Borges, E. (2021). El dispositivo emprendedor: Interpelación ética y producción de nuevos sujetos del trabajo. *Revista Española de Sociología*, 30(3), a62.
<https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.62>

Scasserra, S. y Partenio, F. (2021). Precarización del trabajo y estrategias de trabajadoras en plataformas digitales: trabajo desde el hogar, organización sindical y disputa por derechos en el contexto de la pandemia del Covid-19. *Sociologías*, 23(57), 174-206. <https://doi.org/10.1590/15174522-112307>

Soriano, C., Cabalquinto, E. C. y Panaligan, J. H. (2021). Performing “digital labor *bayanihan*”: strategies of influence and survival in the platform economy. *Sociologías*, 23(57), 84-111. <https://doi.org/10.1590/15174522-113027>

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.

Varela, C. y Daich, D. (2014). Entre el combate a la trata y la criminalización del trabajo sexual: las formas de gobierno de la prostitución. *Delito Y Sociedad*, 2(38), 63-87.

<https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar/publicaciones/index.php/DelitoYSociedad/es/article/view/5554/8288>

Walkowitz, J. (1993). Sexualidades peligrosas. En G. Duby y M. Perrot (Comps.), *Historia de las mujeres en Occidente*. Vol. 4 (pp. 64-97). Taurus.