



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA

MÓDULO XII “SOCIOLOGÍA Y SOCIEDAD”
TRIMESTRE LECTIVO

MARIA TERESA FARFÁN CABRERA

**¿EMPREDIMIENTO FEMENINO? LA PLATAFORMA DE ONLYFANS
EN LA CDMX.**

MARTELL CERÓN NAOMI MICHELLE

2183024037

GARCIA RENTERIA EVELYN MICHELLE

2183022864

23 de septiembre de 2022

Contenido

Agradecimientos	1
Introducción	2
Planteamiento del problema.....	4
Justificación	5
Objetivos de investigación	5
Capítulo 1. Redes sociodigitales: El nuevo lugar del emprendedor	6
1.1 ¿Cómo identificar a un emprendedor y no morir en el intento?.....	7
1.2 Redes sociodigitales: Nuevos espacios del mercado laboral.....	14
1.3 Emprendimiento y redes sociodigitales: El caso de América Latina y México.....	15
Capítulo 2. La prostitución: Un trabajo oculto para las sociedades.....	21
2.1 El inicio: Pobreza, marginalidad y prostitución.....	22
2.2 Ser prostituta en el mundo y en México.....	26
Capítulo 3. Nuevas formas de organización: La plataforma de OnlyFans	31
3.1 La línea invisible entre lo erótico y lo pornográfico.....	33
Metodología	36
Resultados.....	37
Conclusiones	43
Bibliografía.....	47
Anexos.....	51
Anexo 1. Estado del arte	51
Anexo 2. Guía de entrevista	53
Anexo 3. Entrevista 1	56
Anexo 4. Entrevista 2	59

Agradecimientos

Los agradecimientos comienzan dando gracias a nuestra segunda casa, la Universidad Autónoma Metropolitana, la cual nos cobijó, acompañó y abrió sus brazos durante cuatro años de vida, ser universitarias no solo significa un crecimiento profesional de igual manera personal. El acercamiento a los objetos de estudio, las prácticas, la cercanía con profesores nos ha permitido ser y sentirnos parte de ella, situación que sigue siendo extraordinaria. No podemos olvidar a nuestro compañeros, amigos y profesores que nos acompañaron a lo largo de esta aventura, gracias por la paciencia, cariño y sabiduría que nos transmiten todos los días, por las experiencias y conocimientos compartidos que ha mermado de manera positiva en nuestra formación académica.

Asimismo a nuestros padres, hermanos, y familiares que nos acompañaron durante el proceso de nuestra formación académica, siendo nuestros principales motores para seguir nuestros sueños, para no rendirnos durante las diversas etapas de la vida universitaria, que si bien no todas fueron positivas, algunas otras negativas, estuvieron al tanto de nuestro avance por cada uno de los trimestres cursados.

Por último, y sin olvidar, agradecer a la Dra. María Teresa Farfán Cabrera quien asesoro el presente proyecto de investigación. Gracias por su comprensión, paciencia, atención, cariño y orientación que mostró en cada una de las asesorías. Asimismo, gracias por tener un impacto positivo en nuestras vidas profesionales y personales, ayudándonos paso a paso con la culminación exitosa de dicha investigación.

De tal suerte que solo queda agradecer a ti, lector, por tomar el tiempo para leer y comprender el siguiente trabajo de investigación, esperamos sea un aporte positivo en futuros trabajos, perspectivas y ayuda para la creación de nuevas investigaciones e ideas.

Introducción

El estudio de la prostitución en México ha sido abarcado por diferentes disciplinas desde un sentido de cotidianidad, haciendo referencia a aquellas que se encuentran en las calles de la CDMX pero qué sucede con las mujeres que se encuentran en las plataformas, cuestionarse cuales son las formas de organización, su situación laboral, las condiciones que tienen así como los limitantes, y sobre todo cómo es que cambia el espacio y las relaciones a través de las plataformas; siendo que el principal interés sea asociar la plataforma OnlyFans con estas formas de prostitución, y asimismo cuestionar por qué es considerado como un emprendimiento. Focalizar en un grupo de mujeres que crean contenido erótico para la plataforma OnlyFans, nos deja tomar en consideración dos cosas: La primera respecto a la modificación del trabajo sexual a la venta de su contenido a través de la plataforma; la segunda considerando a los clientes que ya no tienen una interacción concreta de inicio, más bien su relación es centrada a las fotos o videos a los que se tengan acceso pagando una membresía. La llegada de las nuevas tecnologías a México ha abierto una brecha respecto a la interacción entre los sujetos de las diversas sociedades, siendo así que la relevancia de estudiar estas nuevas formas de interrelacionarse propicie nuevas interpretaciones respecto a las mencionadas.

De tal manera que en este trabajo de investigación se cuestione si ¿A través de la plataforma OnlyFans se ha fomentado la prostitución desde el concepto de emprendimiento en la CDMX?, en consecuencia, se pretende comprobar si a través de la plataforma OnlyFans se ha fomentado la prostitución desde el concepto de emprendimiento. Con relación a lo anterior, resulta fundamental describir por qué la plataforma de OnlyFans es concebida como un emprendimiento para las creadoras de contenido, así como enunciar cuál es el contenido que venden las creadoras de la plataforma.

Mencionado lo anterior, y para el caso de la investigación, se tomará como referencia la plataforma OnlyFans para realizar un análisis de estas nuevas formas de venta y adquisición del contenido erótico, asimismo considerar a las mujeres que venden dicho contenido. Dentro de este último aspecto se ven inmersas muchas situaciones como son las cualidades físicas cayendo en estereotipo heteronormativos, la producción y “calidad” que se le designa al material que se postea, promoción de las

páginas, entre muchas otras. Sin duda, la virtualidad es uno de los aspectos, que hoy en día, ha llegado a facilitar el acceso a dichas páginas, pero también a mantener un perfil bajo en los intereses sexuales, siendo así que la prostitución cambie sus formas de contacto, de organización y administración para el funcionamiento de los perfiles, por lo que, a través de la simple venta del contenido, se puedan acordar citas presenciales implicando interacción sexual.

En el primer capítulo llamado “Redes sociodigitales: El nuevo lugar del emprendedor”, se desarrollan los conceptos de redes sociodigitales y emprendimiento que serán de suma importancia para comprender la misión de la investigación, en este apartado se les dotan características a ambos conceptos para una comprensión del contexto teórico de la misma. En el segundo capítulo que lleva por nombre “La prostitución: Un trabajo invisible para las sociedades”, se pretende seguir una continuación de la investigación pasando a uno de los temas con los que se relaciona la página OnlyFans, siendo que se desarrolló el concepto de prostitución, asimismo algunos de los factores que intervienen y van ligados a este, culminando con la historia en el mundo y América Latina; para el caso de México, se tomará como punto de partida el fenómeno llamado como Lenocinio. Por último, en el capítulo “Nuevas formas de organización: La plataforma de OnlyFans”, se tiene como objetivo describir la plataforma OnlyFans, asimismo correlacionándola con el principal objeto de estudio, es decir, sus creadoras; incluyendo la percepción de la imagen que se encuentra entre la delgada línea de lo erótico y pornográfico.

Planteamiento del problema

El tema de la prostitución ha sido cuestionado por la sociedad ya que implica la participación de hombres y mujeres en un encuentro sexual, considerando que está practica toma relevancia desde las antiguas civilizaciones, y que con el paso del tiempo se han transformado junto con las formas sociales respecto a la cultura, religión y civilización aunque ha mantenido una imagen estigmatizada hasta el día de hoy, siendo así, que está presente en el siglo XXI pues esta actividad no ha decaído, al contrario, va aumentando desde sus principios clandestinos, hasta el punto de llegar a la nueva Modernidad y entrar en las redes sociodigitales. Es importante considerar que dentro de la prostitución existen dos vertientes: La primera de ellas retoma el concepto de autonomía, es decir, que las mujeres tienen la facultad de decidir prostituirse o no, y la segunda vertiente se refiere a la existencia de dicha actividad como explotación del cuerpo femenino a través de la coerción.

Retomando lo anterior, las formas de interacción humana eran totalmente distintas a lo que conocemos hoy en día, sobre todo considerando la coyuntura de la pandemia pues esto obligó al mercado laboral cotidiano a buscar nuevas formas de compra y venta. De tal suerte, que lo presencial comience con una serie de transformaciones más focalizadas a la virtualidad, el mercado no sería una excepción, desplazando las relaciones humanas a un segundo plano en el modo de interrelacionarse, es decir, ya no es necesaria la presencialidad cuando se tienen dispositivos tecnológicos que permiten la conexión a grandes, medianas o pequeñas distancias. Considerando lo anterior, resulta fundamental mencionar que el paso de las interacciones presenciales a las interacciones virtuales ha mermado en diferentes sectores, poblaciones y áreas de la sociedad; siendo que una de estas, y para el caso específico de la investigación, sean estas últimas formas de organización respecto a la prostitución.

En la actualidad, existe una inmensidad de plataformas para el consumo personal de material pornográfico, erótico o candente, en las cuales el acceso se facilita desde el concepto del anonimato y sin necesidad de tener contacto alguno. Si comparamos todo lo anterior con las viejas formas de acceso y prostitución, nos daremos cuenta de que la organización y la estructura son completamente diferentes, de tal manera que surjan preguntas respecto a las transformaciones y a esas búsquedas por hacer crecer y adaptar la venta de dicho material, de igual manera considerar lo que es más

cómodo para el cliente. Es evidente que las prácticas sexuales buscan nuevas y mejores maneras de poder entrenar al mercado, es decir con la competencia de compraventa, asimismo se presenta una modificación en la organización económica y comienzan a surgir nuevas formas de organización dentro de las economías digitales, como los emprendedores, por ejemplo bazares, venta de joyería, ropa, etc., en el caso particular de la investigación, las mujeres que crean contenido para la plataforma OnlyFans posicionadas en dos vertientes: la primera, como dueñas de su propio negocio, y la segunda, como una nueva forma de prostitución.

Justificación

Siendo así que, los motivos de interés para abordar la temática estén ligadas con la ruptura del mercado laboral en consecuencia de la pandemia, desembocando en la búsqueda de nuevas alternativas que fortalecieran a las empresas a través de medios sociodigitales; asimismo la visión de emprendimiento que se fomenta entre las creadoras de contenido de las plataformas como OnlyFans cuestionando si es un emprendimiento o una nueva forma de prostitución. Otro de los motivos, se focalizó en el boom que tuvo dicha plataforma durante y después de la pandemia percibida como una manera de ingreso fijo ante la decadencia económica y la falta de empleos, propiciando la búsqueda de nuevas oportunidades laborales por parte de mujeres que se dedicaban a la prostitución presencial o aquellas que no lo hicieran; inclusive mujeres pertenecientes a los medios televisivos, redes sociales, etc. se incorporaron a la plataforma.

Objetivos de investigación

General: Comprobar si a través de la plataforma OnlyFans se ha fomentado la prostitución desde el concepto de emprendimiento en la CDMX.

Específicos: Describir por qué la plataforma de OnlyFans es concebida como un emprendimiento para las creadoras de contenido en la CDMX.

Enunciar cuál es el contenido que venden las creadoras de la plataforma OnlyFans residentes de la CDMX.

Capítulo 1. Redes sociodigitales: El nuevo lugar del emprendedor

En el siguiente capítulo se abarcarán los conceptos de emprendimiento y redes sociodigitales, necesarios para entender desde una perspectiva teórica el significado de cada uno. La importancia de iniciar con describir al emprendedor resulta ser nuestro principal objetivo en esta investigación, es decir, ¿Cómo podríamos avanzar con una investigación que pretende descubrir si las creadoras de OnlyFans son emprendedoras, sin saber qué y cómo se denomina este?, es por lo que iniciar con las características, razones y entendimiento de dicho actor social resulta necesario respecto a la aportación teórica. Por otro lado, y en un segundo subtema, se desarrolla el concepto de redes sociodigitales pero ¿Qué tiene de importante para la investigación?, bueno como bien sabemos, OnlyFans forma parte de las denominadas redes sociodigitales ya que es un negocio que se gesta en la virtualidad, siendo así plasmar la importancia de estas durante el período de pandemia es interesante para entender el crecimiento exponencial de OnlyFans. Para finalizar, se culminará con una correlación y datos específicos de México.

Como bien se mencionó en el párrafo anterior, en la actualidad, y considerando la coyuntura pandémica, es necesario hablar de los emprendedores y su relación con las redes sociodigitales. Debido al confinamiento que se vivió en el mundo desde el año 2020, las formas de compra-venta tomaron un rumbo totalmente diferente al habitual, es decir, si antes la adquisición de mercancías era a partir de un recorrido presencial por los diferentes establecimientos, durante y después de pandemia esta manera de adquisición será llevada a los medios digitales (casi en su totalidad), donde la interacción entre vendedor y comprador será transformada y se llevará a cabo mediante dispositivos electrónicos como el teléfono celular, Tablet, computadoras, etc. Esto propició un alza para los medios sociodigitales, abriendo nuevas posibilidades para los emprendimientos y de adquisición para las sociedades, asimismo llevando a los viejos negocios a tener una apertura e inmersión en los mismos. De tal suerte, y para beneficio de la siguiente investigación, resulta fundamental iniciar con el desarrollo de los conceptos como son emprendimiento y redes sociodigitales, para finalizar con la correlación de ambos términos.

1.1 ¿Cómo identificar a un emprendedor y no morir en el intento?

De inicio, la palabra emprendedor proviene del francés entrepreneur (pionero), siendo utilizada inicialmente para referirse a estos “...aventureros como Colón que se venían al Nuevo Mundo sin saber con certeza que esperar. ...Posteriormente se fue utilizando el término para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a empresarios innovadores. “(Castillo, 1999; p. 4), por su parte, Paunero (2014) menciona que: Es quien

...con iniciativa acomete una acción que encierra cierta dificultad, se ha ido generalizando su aplicación a la persona que promueve una iniciativa empresarial en principio innovadora; aunque cada vez más se utiliza el término para denominar a cualquier persona que pone en marcha un negocio propio, asumiendo que la promoción de cualquier proyecto empresarial supone en sí cierta dificultad e innovación.”, (p.6)

Siendo así que actualmente se considera al emprendedor como aquel que tiende a crear empleos a través de la consolidación de una empresa. Con el paso del tiempo los científicos como economistas, sociólogos, etc. convertirían tal fenómeno en el centro de sus investigaciones para describir lo que es el emprendimiento. Algunos de estos investigadores agregan ciertas características al emprendedor “...como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento.” (Castillo, 1999; p. 4), sin embargo, dentro de este primer acercamiento respecto a la definición del emprendedor surgen comparaciones con las grandes empresas, estas también innovan, son creativos y se orientan al crecimiento respecto a los productos que venden, a razón de lo anterior, se tomarán en consideración dos autores para el desarrollo del concepto de emprendimiento, Joseph Alois Schumpeter, la escuela austriaca, todo lo anterior finaliza con el enfoque sociológico.

En primer lugar, la idea de Schumpeter (1950, citado en Castillo, 1999) respecto al tema es la siguiente:

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc. Este tipo de actividades son las responsables primarias de la prosperidad recurrente que revoluciona el organismo económico y las recesiones recurrentes que se deben al impacto desequilibrado de los nuevos productos o métodos. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque

se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y, en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. Para actuar con confianza más allá del rango de sucesos familiares y superar la resistencia se requieren de aptitudes que están presentes solo en una pequeña fracción de la población y que define tanto el tipo como la función emprendedores. Esta función no consiste esencialmente en inventar algo o en crear las condiciones en las cuales la empresa puede explotar lo innovador; consiste básicamente en conseguir que las cosas se hagan. (p. 5)

La idea de Schumpeter se centra en la incursión de los emprendedores en el sistema capitalista para modificar el sistema de producción de mercancías, considerando la innovación de las viejas formas junto con estrategias que permitieran el desarrollo de lo anterior, de tal suerte que se posiciona al emprendedor como el personaje principal del desarrollo económico, quien cuenta con cualidades de estrategia para liderar el mercado. Además, Schumpeter consideraba que debía separarse al emprendedor de sus medios de producción; siendo que uno de los acontecimientos característicos como las oleadas de invenciones, en el cual se menciona que la creación, desarrollo y descubrimiento de materias primas o artefactos innovarían una vieja mercancía, o en su contraria la creación de algo nuevo, lugar donde toman importancia las patentes.

La teoría de Schumpeter se centra en 5 aspectos, según indica Coto (2013), y enumerados a continuación:

- 1. La introducción de un nuevo bien – esto es, uno con el que no se hayan familiarizado los consumidores- o de una nueva calidad de un bien.*
- 2. La introducción de un nuevo método de producción, esto es, de uno no probado por la experiencia en la rama de manufactura de que se trate, que no precisa fundarse en un descubrimiento nuevo desde el punto de vista científico, y que puede consistir simplemente en una forma nueva de manejar comercialmente una mercancía.*
- 3. La apertura de un nuevo mercado, esto es, un mercado en el cual no haya entrado la rama especial de la manufactura del país de que se trate, a pesar de que existiera anteriormente dicho mercado.*
- 4. La conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o bienes semimanufacturados, haya o no existido anteriormente como en los anteriores casos.*
- 5. La creación de una nueva organización de cualquier industria, como la de una posición de monopolio. (sp)*

Por otro lado, se encuentra la concepción de la Escuela Austriaca quienes rechazaron la percepción de Schumpeter, a excepción de considerar a los emprendedores como parte fundamental del proceso de desarrollo capitalista (Castillo, 1999). Algunos de los autores pertenecientes a dicha escuela eran Ludwig von Mises, Friedrich Hayek e Israel Kirzner, los cuales formaron parte del debate respecto al concepto de emprendedor, así como la aportación de nuevas ideas que construyeron y definieron dicho actor social.

En este caso, solo serán tomadas en consideración las concepciones de Mises y Kirzner para recuperar el concepto de emprendedor determinado por la Escuela Austriaca; para el caso de Mises, lo define como “...*aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas*” (Castillo, 1999; p. 6), de tal suerte que las pérdidas o ganancias formen parte del criterio propio del sujeto, siendo consciente de que puede tener pequeñas, medianas o grandes ganancias, así como desaciertos que generan un desbalance en su estabilidad económica; asimismo consideraba que la situación financiera de los actores no era relevante, más bien se centraba en su capacidad de satisfacer las necesidades de los consumidores.

Por lo cual, Mises (citado en Ramírez, 2017) relaciona al emprendedor con tres características:

La primera es que debe ser evaluado, es decir, que calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos toma decisiones y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción; además construye imágenes de las futuras acciones que puede realizar su competencia en el mercado. Además debe ser empresario, ya que elige cómo utilizar los factores para producir. Por último debe aportar incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo. (p. 52)

Al igual que Mises, Kirzner reconoce las cualidades humanas del emprendedor por lo que reconoce que sus decisiones no siempre serán acertadas, y lo posiciona como un sujeto en estado de alerta ante las oportunidades que logren impulsar su empresa, es decir, su enfoque no se centra meramente en los cambios o condiciones del mercado si no en un estado de alerta y de conocimiento de las oportunidades para su intrusión al mercado (Castillo, 1999). De tal suerte, que el triunfo en el mundo mercantil está sujeto a los movimientos guiados por las percepciones humanas junto

al estado de alerta del emprendedor; por lo cual el fenómeno debería ser contextualizado dentro de los procesos del mercado.

Kirzner, reconoce dos niveles en los que se encuentran los emprendedores: El primero, tiende a reconocer las consecuencias del mercado respecto a las decisiones del emprendedor, debido a que se tiende a presentar una ruptura en el mercado por la innovación, creatividad y decisiones de este; nivel en el que posiciona a Schumpeter. El segundo nivel resulta ser lo contrario, en este caso las consecuencias del mercado no se verán sobreimpuestas por el movimiento que generan los emprendedores en el mercado, es decir, se relaciona con un proceso de mercado. (Ramírez, 2017)

Al igual que Schumpeter, Mises, coincide en que el sujeto emprendedor piensa en las estrategias que sean más beneficiosas para su empresa, pero también en que su éxito radica en dos cosas: satisfacer las necesidades del consumidor y entrar al mercado con un producto nuevo e innovador. Sin embargo, también existen puntos contrarios como reconocer que el producto no puede tener el éxito planeado, causando pérdidas económicas, es decir, se convierte en un especulador del mercado, de los precios, ganancias y pérdidas. En cuanto a Kirzner, reconoce que las economías son fenómenos inciertos y con una dinámica desconocida por lo que el emprendimiento deberá afrontar la incertidumbre del mercado, asimismo el emprendedor deberá contar con habilidades beneficiosas para poder sobrevivir en su contexto, recordando que conocer el mercado y su economía será fundamental.

Como bien se abordó en párrafos anteriores el emprendedor puede ser identificado por lo que representa y por su posición en el mercado, pero ¿qué dice la sociología del emprendedor? Para comenzar se debe correlacionar con la situación socioeconómica del país, debido a la situación de precariedad laboral (salarios bajos) y falta de empleo en los diferentes sectores se comienza a gestar una necesidad de emprendimiento, sin embargo también es de reconocerse que no es opción para todos. Siendo así que la idea inicial se consolide en la construcción social del emprendedor respecto a su contexto, considerando también que es una motivación o conducta personal, básicamente se plasmarán aquellos aspectos que formen parte de factores sociales y personales del emprendedor. Es por lo que, existen aspectos del entorno social que han sido de influencia para tomar la decisión de emprender

algunos de ellos son el sistema de valores, el contexto familiar que ha formado sus experiencias (de igual manera considerar lo externo a este campo), situación económica y laboral así como situaciones que crean oportunidades; que forjan de manera directa las conductas que incitan al actor social a ser emprendedor o querer serlo.

La idea que es fomentada, principalmente, desde el campo escolar y familiar, es ser exitoso y millonario a través del estudio pero también a ser, formar y representar “algo significativo” dentro del mercado laboral, algo que se consigue cuando eres de dueño de tu propia empresa, así es como se piensa cuando se tiene 9 o 10 años, sin embargo, es una idea que para muchos, persiste en su adultez. Es por lo que cuando se mezclan intenciones personales, como son el querer crecer profesionalmente, ser estable económicamente, y poder disfrutar de la vida sin que el dinero sea un impedimento con factores sociales, como la precariedad salarial, la falta de empleos, poca oferta para los profesionistas, etc.; surgen ideas de emprendimiento. Básicamente, los modelos sociales y económicos, que caracterizan a cada país, influyen en la formación del carácter emprendedor de cada individuo. Un dato interesante en este aspecto se consolida en el año de 1999 en la Universidad del Estado de San Diego, los profesores Alex De Noble, Don Jung y Sanford Ehrlich diseñaron la Escala de Auto eficiencia Emprendedora la cual mide la confianza respecto a las habilidades de cada sujeto en la creación de una nueva empresa; identificando diferentes niveles, con seis variables que contienen tareas y cualidades propias del emprendedor que define el éxito de su empresa en el mercado; incluyendo el uso de las redes sociales, tener contacto con otras empresas que les permitan crecer.

Para resumir Ortiz y Millán (2011) puntualizan que el emprendedor fortalece y construye su visión y conductas en seis aspectos fundamentales:

- 1. El primer aspecto relacionado con los modelos sociales, que incorpora a las personas de su círculo social con las cuales socializa, interactúa y asimismo son una referencia de su actuar, los cuales están positivamente relacionados con su mentalidad de emprendimiento.*
- 2. Por otro lado, se encuentra el género. Explican que los hombres son quienes presentan un mayor incremento en la intención de ser emprendedores en comparación con las mujeres. Existen conflictos como las cuestiones del rol que tiene*

cada uno, lo profesional, y la tendencia de la mujer por realizar muchas tareas durante el día.

- 3. La cuestión del asentamiento geográfico, si comparamos los países de Europa con los Latinoamericanos la cultura del emprendimiento tiene diferencias abismales y más o menos arraigadas.*
- 4. El conocimiento que tiene el emprendedor respecto a la cultura empresarial, el conocimiento del mercado y de la actividad laboral le permite posicionarse en este mundo.*
- 5. Muy relacionado con lo anterior, se encuentra la escolaridad, esto debido a que es necesario tener conocimientos en diversas áreas para satisfacer las necesidades de la empresa y de su crecimiento.*
- 6. Por último, las expectativas que se tengan del mundo laboral y las condiciones de trabajo. (p. 224)*

Todo lo anterior forma parte de lo que es y representa el emprendedor, asimismo la construcción y conducta de éste, siendo que necesite más atributos, conocimientos y habilidades que un simple pensamiento de querer emprender. Por lo cual, su formación social depende de aspectos familiares, económicos, geográficos, empresariales, entre otros.

A propósito de lo anterior, es preciso mencionar dos características del emprendimiento, que no se han considerado: La primera, relacionada con el éxito empresarial, es decir, el comenzar con un emprendimiento no se garantiza la estabilidad y aumento exponencial de los ingresos, también existen fracasos con los productos que se ofrecen; por otro lado, que no todo emprendimiento desarrolla actividades positivas. Siendo así que Baumol (1990) identifica tres tipos de emprendedor, desde una perspectiva institucional: 1. Emprendimiento productivo, caracterizado como aquel que crea riquezas y beneficios, así como la adquisición de poder (básicamente a lo que se aspira cuando se emprende); 2. Emprendimiento improductivo, el cual redistribuye las riquezas acumuladas, pero no las genera o crea; 3. Emprendimiento destructivo, que además de no crear riqueza, también la destruyen en su totalidad. Referente a lo anterior, los tipos de emprendimientos se han desarrollado respecto a su posicionamiento y funcionalidad para el mercado, desarrollo económico. Junto a lo anterior, es necesario señalar los tipos de emprendimiento que existen, lo anterior para identificarlos y conocer la influencia e impacto que tienen en las economías mundiales. Almodóvar (2018), indica que existen 2 tipos de emprendimientos, enunciados a continuación:

Se identifica como “Actividad emprendedora por oportunidad o necesidad”, en la cual destaca la motivación que tiene el sujeto para emprender. Sin embargo, esta primera clasificación tendrá que dividirse en dos:

1. Actividad emprendedora por oportunidad: Se trata de iniciar un negocio por mera oportunidad o decisión de un sujeto. La cual se identifica y se ve más presente en los países desarrollados, o con una economía más estable.
2. Actividad emprendedora por necesidad: Como su nombre lo indica se caracteriza por la necesidad de emprender, relacionada con los países menos estables económicamente donde estas “oportunidades”, que en realidad son por necesidad, de emprender se ven como una manera de crecer económicamente.

En relación con la actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad, los distinguen de la economía, el país y la razón por la que emprenden. Por lo cual, se indica que la prosperidad del proyecto es mayor cuando se inicia por oportunidad, al contrario de dar un inicio por necesidad, debido a que la rentabilidad del proyecto, así como las probabilidades de éxito serán mayores.

Asimismo se desprende una clasificación por tamaños: Pequeño, en el cual el propietario solo trabaja con un par de empleados, muchos de ellos suelen ser familiares; escalables, que son empresas pequeñas que han tenido una buena rentabilidad alcanzando un crecimiento que puede vislumbrarse a futuro; y por último, los emprendimientos grandes, son aquellas empresas con ciclos amplios de rentabilidad, donde la innovación de productos y servicios pueden crecer manteniéndose fuerte dentro del mercado. (Palacio y Ruíz, 2020)

Por otro lado, Palacios y Ruíz (2020) postulan cuatro tipos más de emprendimientos derivados de la innovación, que son los siguientes:

1. *Emprendimiento innovador: Son emprendimientos en los cuales un proceso de investigación y desarrollo conduce a la innovación. Esto constituye una fuerte ventaja competitiva al momento de entrar en el mercado, porque garantiza un impacto basado en las necesidades del público objetivo del producto o servicio.*
2. *Emprendimiento oportunista: Se refiere a aquellos emprendimientos que surgen en un contexto donde puede identificarse una necesidad urgente o una oportunidad clara de negocio. Este emprendimiento requiere de una alta sensibilidad para detectar, explotar y ejecutar las oportunidades.*

3. *Emprendimiento incubador: Se refiere a aquellos emprendimientos que no están basados en oportunidades emergentes, sino en todo un proceso de incubación previa. Por lo tanto, se enfocan en la satisfacción de aquellas necesidades del mercado que son permanentes y bien conocidas. Bajo este enfoque, los empresarios destinan una parte de su presupuesto a incubar nuevos productos para ofrecerlos en un plazo de tiempo determinado.*
4. *Emprendimiento de imitación: Este tipo de emprendimiento consiste en la imitación de un producto o servicio que ya tiene éxito dentro del mercado. Puede darse a través de la creación de un producto nuevo o a través de una franquicia. En el caso de los productos nuevos, lo que se busca es imitar aquellos aspectos de un producto que ya demostraron tener éxito. Sin embargo, en todos los casos se deben incluir aspectos novedosos que permitan ofrecer un valor agregado a los usuarios. (p. 51)*

Después de haber revisado el concepto de emprendimiento de autores como Mises, Schumpeter y Kirzner, y la perspectiva sociológica resulta fundamental revisar el concepto de redes sociodigitales para poder establecer una correlación entre ambos fenómenos y denotar la importancia para la presente investigación. Concluyendo con una definición general, que aborda de manera concreta el concepto de emprendedor el cual se define como *“...aquel capaz de generar un negocio productivo, que contribuye con el desarrollo de la sociedad, generando empleo a terceros, con una combinación eficiente de los recursos, es alguien que organiza, administra y asume los riesgos de un negocio o empresa, es un agente de cambio.”* (Gutama & Jiménez, 2019; p. 11) Aunado a las condiciones del emprendimiento que van en conjunto con los planes de desarrollo del país, y la formación del individuo en todos los aspectos.

1.2 Redes sociodigitales: Nuevos espacios del mercado laboral

En la actualidad, es inimaginable pensar en un espacio geográfico donde las tecnologías de información y comunicación así como el acceso a internet, no esté presente en las familias mexicanas, siendo que la conectividad digital haya tenido una presencia fuerte y sólida para todos los actores sociales. Es necesario reconocer que todo lo anterior no tiene el alcance necesario para todas las personas, en aquellas zonas con mayor marginación y lejanía el uso de las tecnologías e internet es básicamente limitado o nulo; lo anterior no significa que su relevancia para la sociedad sea menor, al contrario, se han comenzado a hacer planificaciones que permitan un alcance mayor en toda la república mexicana, teniendo en consideración este primer acercamiento y para fines de la investigación el siguiente apartado, pretende

desarrollar el concepto de redes sociodigitales, lo cual permitirá comprender su correlación con el emprendimiento.

El primer acercamiento a la definición de proviene de las redes sociales tradicionales se menciona que es un conjunto de las relaciones que se establecen de manera digital entre dos individuos o más de esta red, siendo así que le sea accesible al sujeto mostrar sentimientos a través de los vínculos que va creando, asimismo se sostiene la idea respecto al ejercicio de la acción por voluntad. Por otro lado, también comienzan a integrarse ideas que corresponden a la creación y uso de plataformas para la venta de contenido, blogs personales, posteo de videos, entre otras. Algunas de estas resultan ser espacios donde se establecen relaciones indirectas, solo uno tiene noción de la existencia del otro, siendo así los principales actores de las redes sociodigitales sean todos aquellos que tengan inmersión en la misma, hasta sus creadores. Bien, cuando hablamos de redes sociodigitales ya estamos englobando esto último que se mencionaba, básicamente todos los tipos de comunicación digital, desde redes sociales, informativas, de compra y venta, de instituciones privadas y públicas, trámites gubernamentales, etc., (Winocur y Sánchez, 2015) Asimismo, factores como la pandemia y la facilidad de adquisición que tienen las redes sociodigitales han permitido que se posicionarán como uno de los medios más utilizados por las generaciones actuales.

1.3 Emprendimiento y redes sociodigitales: El caso de América Latina y México

Cuando hablamos de emprendimiento en los países europeos vemos mayor concentración de emprendedores que a su vez son innovadores, creativos y que implementan el uso de tecnología o redes sociodigitales pero ¿Qué sucede en América Latina, y en especial, en México? A causa de lo anterior resulta fundamental realizar una recopilación de las características del emprendimiento, esto permitirá complementar la recopilación de información que forma parte de la investigación.

A manera de recordatorio, el emprendedor se caracterizaba por ser innovador, novedoso y creador, cualidades que son referentes de un concepto novedoso, según los estudiosos de siglos anteriores; sin embargo, el emprendedor tiene raíces históricas aún más antiguas, desde la época prehistórica el humano inventó y desarrolló herramientas y artefactos que funcionarían para su supervivencia, como la

invención de la rueda en la antigua Mesopotamia, artefacto que funciona para darle movimiento a los objetos con mayor pesadez, y que en la actualidad forma parte esencial de la sociedad (Álzate, 2017); asimismo, la invención del bombillo, la máquina de vapor, la imprenta, los aviones, entre otros.

De tal suerte que el emprendimiento sea una acumulación de todas aquellas ideas, de todo el mundo, que han logrado cubrir las necesidades de la humanidad, sin embargo, también han sido de ayuda para que el ser humano pueda innovar y crear a partir de lo que tiene convirtiéndose en un innovador. He aquí que radique una importancia específica por la toma y uso de artefactos, plataformas y desarrollo tecnológico, que nacen a partir de las oportunidades que se puedan presentar o por necesidad del creador, aunado a lo anterior, influye la situación económica y el tipo de economía característico de cada país.

Teniendo en consideración lo anterior, es preciso iniciar con una breve descripción de la situación latinoamericana, recordando que la situación económica engloba algunos aspectos internacionales para entender su relación con el emprendimiento: La primera es considerar y tener en mente el concepto de subdesarrollados, uno de los primeros hechos que caracterizan a dichos países esto influye en la carencia de innovación y consolidación de los emprendimientos, generando dos cosas importantes, que estos sean repetitivos cayendo en la saturación y su fracaso en el mercado. Lo anterior, desemboca en la nula dinámica de emprendimiento e innovación que los sitúa como países dependientes. Aunado a lo anterior, dejar fuera el uso de la tecnología que permite un manejo fácil de materia prima, el mejoramiento de los productos y su posible acceso a nuevos sectores del mercado. (Gutama y Jiménez, 2019)

A propósito de lo anterior, se tomará como punto de referencia el año 1990, fenómeno que englobó la apertura del mercado; pero la relevancia que se le destina a esta etapa es la consolidación y posicionamiento en el mercado de lo que se conoce como las multilatinas, primer acercamiento a los emprendedores. La compra y exteriorización de las empresas nacionales fue uno de los primeros puntos de partida con esta apertura de mercado, que si bien era un fenómeno que ya sucedía en los países desarrollados, para el caso de América Latina todo este proceso sería nuevo, de tal suerte que los emprendimientos a inicios de estos años tuvieron un impacto para la

economía local, debido a que no solo se tenían más empresas pertenecientes a los actores, dejando de lado la cuestión estatal, asimismo su intromisión en otros países. Algunos de los ejemplos de las multilatinas fueron la empresa de cementos Cemex (mexicana), la compañía de extracción minera (brasileña) Compañía Vale do Rio Doce (CVRD), o la productora de aviones Embraer (brasileña). Aunque es necesario precisar que este primer acercamiento de los emprendedores, solo se centraba en los monopolios, en aquellos actores pertenecientes a la clase empresarial. (Gutama y Jiménez, 2019)

Debido al boom que tuvieron los tratados que liberaron el mercado, las empresas multilatinas tuvieron posibilidades de estabilidad financiera y sostenibilidad en el mercado, recordando que solo fue para aquellos con el capital suficiente, de tal suerte que la dinámica financiera que se vivía en Latinoamérica fuera de ayuda para la expansión de los imperios capitalistas, lo que impulsó a las empresas nacionales a convertirse en firmas internacionales. Es cierto que las condiciones iniciales de estabilidad desaparecieron para futuros emprendedores siendo que la competencia aumentó, ya no solo eran los empresarios nacionales, sino también aquellos pertenecientes del extranjero, pero ¿qué sucedió después con las condiciones para emprender, y cómo funcionó el mercado respecto a la cultura del emprendedor?

Para resolver la duda anterior es necesarios plantear que los países pertenecientes a Latinoamérica tienen un desempeño escaso en el sentido de competitividad para emprender, esto sucede debido a su poca aplicación de la innovación e inclusión de la tecnología en sus proyectos, de tal suerte que los emprendedores se centren en el mercado primario como lo son los alimentos limitando su expansión e inclusión en el mercado internacional. (Gutama y Jiménez, 2019) También existe una relación directa con la productividad y no solo del emprendedor, sino de su equipo de trabajo, cuando no existe una sincronización entre la innovación, la tecnología y la productividad los emprendimientos no reflejan el rendimiento esperado, y mucho menos permite su aumento exponencial del proyecto, y por otro lado una intrusión sólida en el mercado nacional e internacional. Ahora bien, cuando hablamos de aquellos empresarios que ya están posicionados en Latinoamérica, su mayoría son clasificados como pequeños emprendimientos y poco rentables. Es decir, su productividad disminuye o se

mantiene pero nunca tiende a incrementar por lo cual se encuentran en un estado de estancamiento; de tal suerte que Sparano (2014) indique lo siguiente:

...en Chile, el 48% de los emprendedores iniciales y el 51% de los establecidos, declaran tener entre 1 a 5 personas laborando. Sin embargo en los próximos años, el 54,3% y 46% respectivamente, esperan contratar de 1 a 5 trabajadores, mientras que el 12,9% y 10,5%, respectivamente, contratarían 20 empleados o más.” (p. 98)

Los bajos índices de innovación que presenta Latinoamérica se ven reflejados en el informe del Banco Mundial (2014; citado en Palacios y Ruíz, 2020) donde se expresan los siguientes puntos a considerar:

- 1. Las empresas latinoamericanas introducen productos nuevos a un ritmo menor que las empresas de otras regiones en desarrollo. Si se comparan países como Ecuador, Jamaica, México y Venezuela con Tailandia o Macedonia, se observa introducción o desarrollo de productos nuevos de países americanos, a un ritmo que es menos de la mitad de otros continentes.*
- 2. Con la excepción de Brasil, la región invierte en promedio mucho menos (por debajo del 0,5 por ciento), es decir un tercio el nivel de China y un cuarto el nivel de los países de ingreso alto. Además, el gobierno, en contraste con el sector privado, lleva a cabo la mayor parte de la inversión latinoamericana en este ámbito.*
- 3. En Bolivia, Paraguay, El Salvador, Honduras, Guatemala y Perú, el número de patentes por millón de habitantes es menor a uno, muy por debajo de lo que debería ser para su nivel de desarrollo.*
- 4. Las empresas que emplean 100 personas o menos no utilizan los sistemas más actualizados de gestión de talento basado en desempeño. Los datos de la encuesta del Banco Mundial revelan que la proporción de empresas familiares (que en promedio tienden a estar peor gestionadas que las empresas que se comercializan públicamente) en América Latina prácticamente duplica a la de Estados Unidos. (p. 54-55)*

Si se retoma la actividad emprendedora los porcentajes de algunos países para el año 2012 son *“Chile 22,6%; Perú 20,2%; Colombia 20,1%; Argentina 18,9%; Brasil 15,4%; y México 12,1%.”* (Sparano, 2014; p. 99) De tal suerte que países como Chile, Colombia, Perú y Argentina presentan una estabilidad respecto a la actividad emprendedora en relación con México y Brasil; lo anterior considerando que los porcentajes pueden variar dependiendo de la situación financiera y estatal por la que esté atravesando cada país.

De manera complementaria, es necesario señalar que la consolidación y puesta en práctica de la cultura de emprendimiento en Latinoamérica es importante para posicionar y fomentar el emprendimiento en los países de dicha región, debido a que

esta influirá de manera directa en el desarrollo de los emprendimientos nacionales; aunado a lo anterior es significativo el apoyo estatal de los gobiernos siendo que su constante enfrentamiento con grandes monstruos transnacionales puedan debilitar las empresas nacionales.

Para el caso de México, el emprendimiento se ha visto estancado debido al discurso del “estoy para servirle”, y este bloque cultural que impide la apropiación de las tecnologías, el desarrollo innovador de mercancías o proyectos ha mermado en la consolidación de los emprendimientos, aunado a la invasión consensuada de empresas transnacionales que han logrado posicionarse y destacar en los diferentes sectores del mercado. Sin embargo, también existe esta otra parte de la sociedad que ha dejado a un lado el estigma de servicio que se tiene en México propiciando una cultura del emprendedor; sin dejar de mencionar que las condiciones económicas y culturales siempre tienden a destacar, es decir, entre mayor cercanía a una cultura emprendedora, así como las posibilidades financieras facilitan el camino de un proyecto exitoso.

En la actualidad, el emprendimiento va muy de la mano con la era de la globalización y no solamente por la fuerte competencia que se ha gestado, también por la integración de tecnologías y redes sociodigitales que han llegado para mejorar el alcance que tiene cada proyecto, aunado a las tendencias de vida, las habilidades y experiencias con las que cuenta el actor social y las relaciones que ha e irá gestando durante su trayecto empresarial, por ejemplo asociaciones con otras empresas, amistad o pláticas casuales con otro emprendedores, entre otras. (Bueno, 2020) Siendo que se comiencen a gestar redes de empresarios que formen parte de la economía global relacionadas con estas nuevas formas de organización e integración digital, abriéndose paso entre las viejas empresas, y su vez innovando el propio campo del mercado.

La mentalidad fomentada en los mexicanos no es suficiente para lograr establecer proyectos de emprendimiento que puedan insertarse en el mercado nacional o global, por lo que, la oferta de estas sea mínima. Ahora bien, las pocas oportunidades que han tenido los emprendedores se han correlacionado con el nulo apoyo estatal junto con una competencia activa, pero durante esta etapa ningún mexicano se había sentido presionado o forzado a emprender, era más bien una decisión propia; pero

¿Qué sucede cuando la pandemia alcanza al Estado mexicano? Durante el inicio pandémico y la crisis económica por la que México comenzó género que la oferta laboral fuera cada vez menor, provocando que miles de mexicanos se quedaran sin empleo, muchos otros en quiebra con sus emprendimientos, y otros con trabajo pero sin salario debido a que eran enviados a descansar en casa, para el caso de trabajos que necesitaban de mano de obra presencial; en el caso contrario, enviados a hacer “Home Office”.

Es durante esta etapa que muchos mexicanos sin o con pocos ingresos comienzan los emprendimientos a través de redes sociodigitales como lo son plataformas de compra y venta como mercado libre, algunos otros abren perfiles en redes como Instagram o Facebook para anunciar sus productos. Algo importante es que ya no solo se presenta la venta de artículos como ropa, productos de belleza, zapatos, etc., también tiene lugar la venta de material erótico como fotografías, vídeos, videollamadas que fueran de utilidad para la cuestión sexual sin tener contacto debido al miedo que se tenía por ser contagiado. El furor y miedo que generó se vio reflejado en todos lados, propiciando que la compra de artículos básicos para el hogar como la comida se hiciera a través de apps propias del supermercado, o algunas otras en donde una persona recibiera tu lista para hacer las compras por ti. En este sentido, muchos de los emprendimientos se centraron en satisfacer las necesidades y facilitar el acceso a lo cotidiano de la población que no estaba dispuesta a arriesgarse; por otro lado, también se encuentran todos aquellos que por necesidad y falta de capital se expusieron a salir de sus hogares para trabajar como repartidores de estas mismas aplicaciones, o vendedores de puestos informales, personas que trabajan en lugares de comida, vendedores departamentales, entre otros.

Lo anterior es un claro ejemplo de dos aspectos: El primera respecto a lo devastadora y negativa que fue la pandemia para la economía mexicana, y el segundo lo beneficiosa que fue para aquellos que crearon proyectos que innovaron, fueran rentables y adecuados ante el fenómeno sanitario, siendo así que con su crecimiento pudieran ser creadores de empleos reestructurando y apoyando la economía global.

Capítulo 2. La prostitución: Un trabajo oculto para las sociedades

El segundo apartado contiene un tema que se correlaciona directamente con la página de OnlyFans, y es la prostitución. A manera de recordatorio nuestro objetivo principal es saber si dicha plataforma fomenta la prostitución, es por lo que hablar de estas formas tradicionales para considerarlos como antecedentes resulta fundamental; la razón de considerar este aspecto se basa en poder considerar los procesos de transformación que ha tenido la prostitución, desde la presencialidad y por ende su cambio a las redes sociodigitales como medio de prevención ante el Covid-19 y la popularidad que tuvo la misma.

De tal suerte que, la prostitución se caracterice por ser un fenómeno que puede y ha sido estudiado por diferentes disciplinas, y no solo para su comprensión y entendimiento en la organización, sino también para conocer su causas e impacto en los diversos sectores sociales. Para fines de la presente investigación es necesario redirigir y recopilar algunos estudios centrados en el tema de la prostitución para poder comprender, describir y conocer aspectos como su historia, su definición en la sociología, así como aspectos que se correlacionan siendo estos la pobreza y marginalidad. De tal suerte que, en el siguiente apartado se abordan las temáticas mencionadas intentando dotar al lector de material significativo para poder comprender el tercer capítulo.

Bien, antes de iniciar es necesario tener en cuenta que la prostitución tiene diferentes interpretaciones y características, sin embargo una de ellas es entender el fenómeno como un intercambio, ya sea consensuado o no, del cuerpo humano por una remuneración económica, siendo que la principal utilidad de dicho “servicio” sea satisfacer las necesidades sexuales del cliente; básicamente el cuerpo, que en su mayoría está relacionado con lo femenino, se convierte en una mercancía que el cliente está dispuesto a usar para los fines que este desee, remunerando a la mujer con el pago que esta fije. Cuando hablamos de trabajo sexual, no solo nos referimos a esta interacción personal, también es incluido todo aquello relacionado con la industria del sexo, como lo es la creación de vídeos o fotografías, las bailarinas eróticas, servidoras del sexo en línea o por webcam. (Pardilla, 2013; citado en Gutiérrez, 2013) A su vez carga con una connotación negativa respecto a la denigración e insulto que refiere un insulto para la mujer.

A manera de enriquecer el párrafo anterior, resulta importante destacar que en el mundo de la prostitución también se tiene una clasificación, las cuales tienden a determinar el valor asimismo señalar las diferencias culturales y corporales mujeres; siendo que su tipo de cuerpo, facciones, voz, entre otras características sean motivos para clasificarlas, incluido el costo del sexo servicio y “rentabilidad”. De tal manera que esto influya en los lugares donde trabaja (Burdeles, calles, prostíbulos de lujo, cantinas, etc.), el espacio donde se lleve a cabo la relación sexual, la protección ante las enfermedades o embarazos, y por ende, el tipo de clientes que tendría que atender.

2.1 El inicio: Pobreza, marginalidad y prostitución

Si bien, existen condiciones sanitarias, corporales y personales que han condicionado a las mujeres para trabajar de prostitutas arriesgándose a enfermedades, embarazos, maltrato y abuso tanto físico como psicológico, también existen situaciones sociales y económicas que han propiciado su integración a dicho trabajo. De tal suerte que el siguiente apartado abarque uno de los fenómenos más importantes para entender la prostitución correlacionándolo con la brecha salarial.

A mediados del siglo XIX, se dio un paso a la integración de la mujer en las diversas áreas laborales, dando paso al comienzo de un desprendimiento del rol que posiciona a la mujer como ama de casa, apropiándose de otros roles, como lo fue el laboral. De tal suerte que la industria inicie con la incorporación de mano de obra barata para las tareas que requerían de menor esfuerzo físico, sobre todo las maquilas, quienes fueran uno de los más beneficiados con lo anterior; al mismo tiempo se comenzaban a gestar brechas laborales y salariales entre ambos géneros, fenómeno que tendría una transformación con el paso del tiempo, sin embargo, esta brecha que comienza a coexistir con las sociedades del siglo XIX, no han sido desplazada de manera total en el presente.

Es por lo que, mencionar la actual existencia de la brecha salarial de género que ha desembocado en una serie de consecuencias entorno a la manera en la que se vive es un primer acercamiento de la posición de la mujer en el campo laboral; por lo que resulta fundamental comenzar describiendo dicho fenómeno el cual ha influenciado la manera en que las mujeres son percibidas en la sociedad y en el ámbito laboral;

para finalizar relacionándolo con la pobreza, que si bien no es el caso de todas, ha propiciado su integración en la vida del sexo servicio o prostitución.

Según el comunicado de la Comisión Nacional de Salarios Mínimos (2022) indicó que la población asalariada que tiene un empleo formal, en un rango de edad de 25 a 54 años, perciben un salario de \$49.90 pesos, para el caso de las mujeres, en comparación a los hombres con \$54.10 pesos esto durante el cuarto trimestre de 2021. Los datos anteriores fueron obtenidos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), los cuales indican una brecha menor que en años anteriores, sin embargo, algo que se debe resaltar es que el salario mencionado anteriormente es meramente de los empleos formales, pero que sucede con aquellos que no están considerados dentro del estudio realizado por la ENOE, es decir, los empleos informales.

Desde la visión de la informalidad, lo anterior permite que se dé pauta a la perspectiva de la mujer como “la encargada del hogar”, por lo cual muchas de ellas se dediquen al trabajo doméstico informal, invirtiendo un mayor tiempo para la atención de hogares ajenos, con una paga determinada por estos mismos. Asimismo, la perspectiva abordada ha desembocado en la inversión del tiempo en trabajo no remunerado como lo son las tareas domésticas, la atención a los hijos, a los padres, o en algunos casos, al propio esposo. En consecuencia, que, la vida laboral de la mujer sea caracterizada por su integración en trabajos de medio tiempo, que sean informales o con remuneraciones que dependan del trabajo acumulado, asimismo, salarios determinados por los beneficiados del trabajo, generando que se perciba un ingreso menor a lo necesario para su subsistencia.

Otro elemento es el factor de la escolaridad que resulta fundamental cuando hablamos de ingresos, INMUJERES (2016) indica que

...los datos muestran un aumento en el ingreso medio mensual a medida que se incrementa el nivel educativo de mujeres y hombres, sin embargo, no es tan claro el patrón de comportamiento de las brechas. Se aprecia que las brechas disminuyen conforme aumenta el nivel de escolaridad: 29.8% y 33.6% en profesional incompleto y completo, respectivamente, y -35.1% en maestría o doctorado, en contraste, con 49.7% en sin escolaridad, -39.3% y -42.5% en primaria incompleta y primaria completa, respectivamente. En el nivel de carrera técnica o normal la brecha salarial es la más baja de todas las categorías (-25.4%). (p. 9)

Considerando los datos anteriores, se puede afirmar que se presenta un mínimo incremento en el salario fijo de las mujeres que laboran en los sectores formales del trabajo, esto debido a un grado de estudio superior. De tal suerte que surja la siguiente pregunta ¿Por qué es necesario considerar los aspectos anteriores, y cómo se relaciona con la incorporación de las mujeres a la prostitución? Considerando la brecha salarial entre ambos géneros, asimismo que la población femenina también desempeña actividades dentro del trabajo informal, se puede hacer una correlación con la incorporación que tiene la figura femenina en el campo de la prostitución.

La falta de estabilidad salarial ha propiciado la búsqueda de nuevas formas que garanticen un ingreso medianamente satisfactorio, que por un lado, permita la permanencia e integración en las sociedades respecto al consumo de los servicios básicos como lo son la vivienda, alimento, agua, luz, entre otros; y por otro lado, su relación con la pobreza y la situación de calle, siendo así que las mujeres tengan que buscar nuevas formas de ingreso, siendo una de ellas su incorporación al mundo de la prostitución y el sexo servicio para poder pagar los servicios mencionados con anterioridad; aunado a lo anterior es importante “...entender que la prostitución es el resultado histórico de procesos entre seres humanos concretos.” (Condiza y Hernández, 2012; p. 84), siendo así que hablar de prostitución se torne complejo y este ligado a fenómenos como la pobreza.

Finalmente, en párrafos anteriores ya se mencionó que la pobreza es uno de los fenómenos que se correlacionan de manera directa con la prostitución (sin olvidar la brecha salarial). De inicio, la pobreza es asociada con la inestabilidad económica, tener malas condiciones sanitarias, complicación en la inserción laboral y son grupos considerados como anomias, medido a través de la carencia o insatisfacción de las necesidades básicas como son el consumo de alimentos, educación, nivel de ingresos, acceso al sector salud y vivienda. (Arriagada, 2005)

Ahora bien, si hablamos de la pobreza desde una perspectiva de género se plantea que las mujeres son pobres por razones de discriminación esto debido a

El carácter subordinado de la participación de las mujeres en la sociedad, por ejemplo, limita sus posibilidades de acceder a la propiedad y al control de los económicos, sociales y políticos. Su recurso económico fundamental es el trabajo remunerado, al cual acceden en condiciones de mucha desigualdad, dada la actual

división del trabajo por género en que las mujeres asumen el trabajo doméstico y el cuidado de los hijos de manera casi exclusiva, y la persistencia de formas tradicionales y nuevas de discriminación para el ingreso y permanencia de las mujeres en el mercado laboral. (Arriagada, 2005; p. 104-105)

Si bien, en la actualidad las barreras entre las mujeres y el trabajo bien remunerado comienzan a presentar grietas que permitan una igualdad de ingresos entre ambos géneros, lo expresado en el párrafo anterior se sigue presentando sobre todo en el caso de aquellas mujeres que tienen un nivel de escolaridad por debajo del grado universitario, precisando que no resulta ser el mismo caso para todas. Además, es relevante resaltar el concepto del tiempo dentro del trabajo femenino para medir la pobreza, Arriagada (2005) menciona que:

Para conocer la dinámica de la pobreza es preciso analizar el concepto de tiempo, sobre todo porque parte importante del trabajo de las mujeres —el trabajo doméstico— no es valorizado monetariamente, pero sí puede medirse en términos de tiempo. Diversos estudios (en especial las encuestas de uso de tiempo) han mostrado que la jornada femenina es más larga que la masculina si en ella se incluye el trabajo doméstico no remunerado que realizan todas las mujeres en sus hogares. Asimismo, la creciente incorporación de las mujeres al mercado de trabajo no ha significado una incorporación paralela de los hombres a las actividades domésticas y de cuidado: de los hijos, de los ancianos, de otros familiares y de los enfermos. (p. 105)

Lo anterior ha impulsado la incorporación de las mujeres al sector de pobreza, orillándolos a su posible incorporación a áreas de trabajo que se centran en la atención, venta y ofrecimiento del cuerpo para generar más ingresos; es decir, la mercantilización del cuerpo resulta una vía fácil para poder ganar dinero debido a las carencias que presentan cuando no se cuenta con una estabilidad financiera; lo anterior no significa que todas las mujeres que llegan al mundo de la prostitución lo hagan de manera propia, también existen casos donde son orilladas por la pobreza, dado que se presenta una adaptación del rol que jueguen dependiendo de las posibilidades que la misma sociedad le permita alcanzar; y el principal objetivo sea alcanzar metas meramente económicas.

A manera de conclusión, los factores mencionados con anterioridad han influido en la incursión de las mujeres en el trabajo del sexo servicio sin embargo hay algunos puntos que es necesario mencionar, el primero relacionado con los estereotipos de belleza y edad, los cuales tienden a deteriorarse debido a la vida nocturna, lo que desemboca en problemas de salud físicos y emocionales, volviendo el cuerpo

femenino en una mercancía que debe mantenerse en las mejores condiciones para que pueda ser consumido y conservar su demanda dentro del mercado de la prostitución. En segundo lugar, la búsqueda y creación de nuevas formas que permitan una menor interacción con el cliente, como lo son la venta de contenido pornográfico (fotos, videos, llamadas o videollamadas) personalizado, y al gusto del cliente.

2.2 Ser prostituta en el mundo y en México

El siguiente apartado pretende crear una compilación histórica del tema de prostitución, pero con un enfoque centrado en México. Como se señaló con anterioridad uno de los objetivos de este trabajo es comprobar si el concepto de emprendimiento fomenta la prostitución y para ello tenemos que arribar la historia del término. Como primer acercamiento tenemos que mencionar que para algunos investigadores el término de prostitución es *“un fenómeno universal y eterno que atraviesa la historia sin cambios ni mutaciones”* (Núñez, 2002; p. 21), pero esto alude a varias contradicciones porque desde épocas anteriores y en la actualidad cada mujer va creando su propia prostitución, esta depende de los fenómenos históricos, y formas de vida.

La prostitución tiene antecedentes muy antiguos, desde la época primitiva ya se venía gestando dicho fenómeno, sin embargo las características y causas que las impulsaban a ejercerlo eran totalmente diferentes; de primer momento se puede mencionar que la calidez y el ofrecimiento de alimentos así como la comodidad, inclusive el ofrecimiento sexual formaba parte de la cultura de recibimiento a otras tribus, siendo que las mujeres tienen que recibir a aquel extranjero complaciéndole en todos los sentidos. Algo a destacar es justamente la cultura de servicio que ha sido impuesta por décadas en las mujeres, de tal manera que la prostitución surja como una consecuencia de creencias con dotes machistas. Este primer tipo es denominado como prostitución hospitalaria. Otro de los tipos de prostitución fue aquella conocida como sagrada, practicada en las civilizaciones antiguas como Atenas y Mesopotamia, donde la mujer tenía que estar con diversos hombres pertenecientes a los templos, todo esto antes de contraer matrimonio; en este mismo sentido, los judíos también profesaban este tipo de prostitución con algunos cambios como fueron que todas aquellas mujeres de profesión judía no podían prostituirse, más bien, la prostitución

se consideró sagrada para los hombres quienes podrían interactuar sexualmente con todas las extranjeras antes de contraer matrimonio. (Farias, 2014)

Desde la antigua Grecia, se comienzan a gestar los primeros prostíbulos a manera de controlar a la sociedad, asimismo mantener la moral intacta, incitando a los hombres a acudir a estos establecimientos para saciar sus deseos sexuales, sin cometer faltas a la moral y alterando el orden. Lo anterior es significativo porque es el primer acercamiento a lo sucedido durante el siglo XX, es decir, la consolidación de lugares específicos en desbordar los deseos sexuales, y formar parte de un espectáculo erótico, dejando de lado la penetración y centrándose en lo visual como son los cantos, las danzas y el movimiento; fenómeno que también sería practicado en Roma, siendo así que *“El primer emperador estaba preocupado por sanear la moral pública romana por lo que decidió interferir en la vida pública, y más concretamente en las relaciones familiares de los ciudadanos romanos.”* (Farias, 2014; p. 30) Durante la Edad Media, y con la intrusión del cristianismo a la sociedad, la regulación de la prostitución fue aún más estricta, para recordar que de inicio el cristianismo lo consideraba como un mal y un acto características de los pecadores, sin embargo, para estos era considera como un mal menor, por lo que la regulación de este sería en su totalidad contra la mujer, quien debía contar con vestimentas que fueran diferentes de aquellas mujeres que si fueran honorables y de familia, con lo anterior desposeerlas de su ciudadanía sería una opción positiva para las sociedades del medievo. En realidad la prostitución tuvo las mismas características conforme avanzaban las etapas, es decir, la remuneración monetaria que se verá presente después de la prostitución hospitalaria, así como las transiciones en la sociedad no mermaron de manera radical este fenómeno. Sería hasta el modelo reglamentarista que llegaría a modificarlo pero solo para ser controlado desde el aparato estatal.

En el caso mexicano, las culturas prehispánicas consideraban la prostitución como una opción cuando el hombre no podía tener una esposa por las vías establecidas, o por el contrario, si esta no lo satisfacía sexualmente; solo en estos casos era aceptadas las aventuras con otra mujer, siendo negativo cuando no se tenía una razón de peso. Es por lo que resulta

...importante aclarar que la familia nahua se basaba en relaciones estables, y las aventuras sexuales fuera del matrimonio no eran permitidas, aunque esta regla

estaba ligada a razones prácticas, atendiendo la clase social del sujeto, por ejemplo, un macehual, un campesino, o un comunero no podía permitirse más que una esposa, mientras que el pilli, (hombre noble y acaudalado), estaba en condiciones de tener más de una esposa, aunque una de ellas era la más importante. (Farias, 2014; p. 40)

En comparación con el México Colonial, la prostitución fue considerada como un mal necesario. Ahora bien, después de este pequeño recorrido sobre la historia de la prostitución en las antiguas civilizaciones, nos centraremos en hablar de dicho fenómeno en México a partir del año 1940, y la problemática que surge respecto a la prohibición de la prostitución. Como antecedente se tiene el modelo reglamentarista impuestos durante el siglo XIX, donde las leyes dictaban que todas las mujeres dedicadas a la prostitución debían ser registradas, revisadas por un médico y puestas en observación si es que eran positivas a alguna enfermedad de transmisión sexual los encargados de pasar dicho control eran los prostíbulos, asimismo eran acreedores de un pago para beneficio del Estado a cambio de dejarlos funcionar. Sin embargo con el paso del tiempo y los conflictos bélicos propios del siglo XX (Revolución Mexicana), mermaría el orden establecido por el Estado en el siglo pasado, asimismo se integraron discursos feministas respecto al cuerpo de la mujer y la trata de blancas, condenando a todos aquellos propietarios de estos lugares, quienes serían acusados por Lenocinio.¹

Durante el periodo que va de 1940 a 1945 los arrestos por Lenocinio se incrementaron de manera considerable, a causa de esto

...comenzaron a clausurarse burdeles, casas de citas, casas de asignación y accesorias. El jefe del Departamento de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal ordenó el arresto, mediante numerosas redadas, de dueñas, administradoras y/o encargadas de dichos lugares. Las mujeres fueron llevadas por decenas, casi a diario, a las estaciones de policía. Con el objetivo de fortalecer las acusaciones en su contra, junto con ellas se remitió a las mujeres que trabajaban en sus establecimientos. En ocasiones, incluso los clientes terminaron frente al juez para dar alguna declaración. (Fuentes, 2016; p. 230)

Tal fenómeno transformaría de manera radical el comercio sexual, y a su vez afectaría a aquellas mujeres prostitutas que pertenecían a las casas, burdeles o prostíbulos

¹ Lenocinio: implica inducir, inculcar, instigar mediante promesas o amenazas o simplemente con palabras para que la mujer realice actos sexuales con un hombre. Véase: Cortés, L. "La prostitución y el Lenocinio a través de los tiempos", Revista Facultade de Direito de Santo Ângelo, vol. 1, No. 1, Canoas, 1981, págs. 27-37.

que habían sido clausurados; de tal que suerte que se presentará una contradicción, es decir, al momento de culminar con la prostitución ocurren dos cosas, por un lado, se frena la trata de blancas, tema que aparecía en los discursos de preocupación de algunos actores sociales, y por otro lado, dejando sin fuente de ingresos a aquellas mujeres que por voluntad propia pertenecen a estas casa de acompañamiento. De tal manera que durante el sexenio de Manuel Ávila Camacho, aquellas mujeres expresaran su sentir respecto a los conflictos a través de una carta que mencionaba lo siguiente:

Se trata de esto señor presidente: somos mujeres galantes [...] el doctor Mariano Olibera nos puso en conocimiento de que muy pronto seríamos expulsadas de las casas a las que pertenecemos según una nueva ley [...] con esto señor Presidente sentimos lo que no se puede imaginar porque sabemos bien de las penalidades tan grandes que están pasando todas esas personas a quienes en México han arrojado a la calle y a quienes lejos de hacérseles un beneficio les han hecho un grave mal, pues comprenda usted [...] que al arrojarnos a la calle nos dejan a la voluntad de hombres desalmados que lejos de respetarnos y retribuir el precio de nuestros servicios harán de nosotras [...] lo que les venga en gana por otra parte lejos de hacérsele un beneficio a la sociedad y a la juventud honesta vendrán las equivocaciones de los hombres para señoritas honorables a quienes confunden con una mujer galante como está pasando en México [...] no creemos que Ud. [...] consienta que se lleve a efecto esto que es anticonstitucional e inmoral [...] comprenda [...] que estamos asiladas en una casa [...] únicamente por nuestra propia voluntad y sin que haya nadie que nos obligue a estar por la fuerza y mucho menos que se nos explote [...] la Sra. donde estamos alojadas es bastante consciente y considerada [...] pues lejos de explotarnos nos cuida y cometeríamos un acto innoble y falto de veracidad y seríamos canallas si aseverásemos lo contrario pues con una mentira de estas cometeríamos una felonía y no somos capaces de pagar un bien con un mal [...] (Consuelo y Rauda, 1940; citado en Fuentes, 2016; p. 231)

Lo anterior deja entrever que se presentaron conflictos y transformaciones en la prostitución, por ejemplo, con lo plasmado en la carta dirigida al presidente en turno suceden dos cosas: La primera es este conflicto que crea entre las prostitutas y su manera de ganar dinero, si bien la acción tomada por el gobierno mexicano fue para contener y disminuir una problemática social como la trata de blancas, también afectaba de manera directa a aquellas que estaban asociadas con un prostíbulo y que a través de este sustentaban su vida; el segundo aspecto fue la búsqueda de nuevas formas de organización para ejercer la prostitución, desde los espacios clandestinos y privados, así como adueñarse de calles o esquinas donde el pararse y esperar a que alguien las suba a su vehículo se convirtiera en su manera de ofrecer sus

servicios sexuales. Ahora, ¿Por qué fue de interés este hecho histórico para la investigación y no otros? El Lenocinio y la prohibición de la prostitución fomento que se buscaran nuevas formas de ver y ejercer la prostitución, con el paso del tiempo se fueron transformando así como retomando su relación con el Estado para exigir el reconocimiento del trabajo sexual, pero ante dicho estancamiento que se propició en 1940 no se ha podido establecer una relación entre ambas partes para la aceptación y regularización del mencionado; es por lo que actualmente en temas de COVID-19 se vuelve a observar una transformación para ofrecer, crear y vender contenido erótico/pornográfico así como servicios sexuales que contemplan las redes sociodigitales.

Capítulo 3. Nuevas formas de organización: La plataforma de OnlyFans

El tercer capítulo se focaliza en describir y entender la plataforma OnlyFans como una nueva forma de organización e intrusión en el mercado, por lo cuál sea necesario considerar tres aspectos importantes: El primero relacionado con la propia plataforma y cómo se desarrolla, el segundo con las propias creadoras de contenido quienes son nuestro objetivo de estudio pero también forman parte de la plataforma, y por último, al cliente, que si bien no es nuestro principal objeto de estudio, resulta importante para entender el desarrollo de la propia página, sin demanda de estos actores, no existiría la oferta.

Es por lo que, la relación cuerpo, tecnología y mercado son características notorias en la plataforma OnlyFans, es por lo que el siguiente capítulo pretende por un lado ayudar al lector a comprender la plataforma desde su composición, y de manera complementaria postular la percepción sociológica de la mencionada; aunado a lo anterior se suma el fenómeno de la pandemia principal referente para entender el porqué de analizar dicha plataforma. La plataforma fue creada desde el año 2016 por Guy Stokely y su hijo Timothy Stokely, en 2018 Leonid Radvinsky adquiere el 75% de la empresa; la idea inicial fue crear un lugar donde se subieran fotos y vídeos que de todos los tipos ya fueran deportivos, de arte, cocina, artesanal, erótico o pornográfico, entre otras, en la actualidad este último es de los contenidos más creados y consumidos de la plataforma. Los usuarios monetizan su contenido, el costo depende del creador, y sus llamados “fans” se suscriben a cambio de un pago mensual, además pueden enviarse mensajes privados para personalizar el contenido, y otorgar propinas por el contenido; por lo tanto, la empresa solo se quedará con el 20% del total. (Fernández, 2022)

Tanto usuarios como creadores deberán abrir un perfil en donde se registren sus datos, nombre de usuario y forma de pago, la única diferencia visible es para las creadoras quienes deberán probar de diferentes maneras su identidad y que no están falsificando la identidad de alguien más, algunas de estos requisitos extra son subir una foto de su INE por ambos lados, y una donde la estén sosteniendo.

Bien, con intenciones propias para la presente investigación, uno de los puntos de referencia es la pandemia vivida a mediados del 2020, en el caso mexicano, es por lo

que los medios sociodigitales tuvieron una relevancia e importancia exponencial ante la necesidad de contacto que no fuera el presencial, esto debido a las limitantes que postula el gobierno mexicano para controlar la propagación del virus. OnlyFans no fue la excepción, los usuarios así como los creadores crecieron en comparación a años anteriores, *“El CEO de la empresa, Tim Stokely, afirma que más de 200.000 usuarios se unieron a dicha plataforma durante la pandemia causada por el Covid-19.”* (Fernández, 2022; p. 4) En dicha plataforma no solo se vio un desahogo del confinamiento en casa, también la personalización de contenido (principalmente pornográfico) que para muchos detuvo la necesidad de buscar sexo servicio y solo quedarse con una interacción virtual así como visual. OnlyFans no solo servía para el desenfreno sexual de los individuos, a su vez comenzaba una difusión del crecimiento económico que tenía muchas creadoras de contenido, con ingresos que permiten una vida llena de lujos, pero algo importante a considerar es que muchas de ellas no solo se enfocan en crear contenido para su plataforma, aquellas que tienen un impacto grande en la plataforma han asistido a eventos donde se les pagó, han creado sus marcas de ropa, maquillaje entre otras actividades que permitan tener un ingreso mayor; lo anterior propició el ingreso de muchas mujeres en la plataforma, algunas de ellas manteniéndose en los límites de creación de contenido y algunas otras traspasando esta barrera para realizar tener un contacto presencial con sus suscriptores. Es por lo que desde la plataforma se ha propiciado el intercambio de material pornográfico así como de prostitución selectiva.

Asimismo el uso de otras redes sociodigitales como Facebook, Instagram y Twitter han sido de utilidad para la difusión de su contenido, siendo que la promoción que se hacen ellas mismas respecto a su perfil en sus redes sociodigitales sea beneficioso para su crecimiento, de igual manera esta acción propicia que el contacto entre la creadora y sus usuarios traspase las paredes de OnlyFans, y se mude a otros medios digitales o presenciales; sin embargo dentro de todo lo escrito anteriormente también se ven inmersa la construcción social que ha tenido cada creadora, es decir, la formación que ha tenido desde pequeña a través de sus campos familiares, amistosos, escolares, religiosos, etc., tienden a influir en la visión así como la utilidad que se le da a su plataforma.

3.1 La línea invisible entre lo erótico y lo pornográfico

Cuando algún sujeto toma la decisión de abrir un perfil en alguna de las redes sociodigitales siempre se necesita de una imagen que lo haga distinguirse de los demás; hace 20 años la imagen era representada por avatares que ya estaban predeterminados por la propia plataforma, siendo que la variedad de imágenes fuese repetitiva entre los usuarios. Sin embargo en la actualidad, es normal postear fotografías en donde se pueda visualizar el rostro del usuario o de sus conocidos, existe un sentido ilimitado de la esfera pública así como la normalización de postear fotografías relacionados con uno mismo, con sus actividades, sus amigos, los lugares que frecuenta, así como de su propio hogar. Al mismo tiempo reflejan y causan reacciones de satisfacción para el usuario, a cambio de desnudar su vida privada ofreciendo un espectáculo para los demás usuarios.

Bien, para el caso de OnlyFans, se va a romper la esfera de lo privado a lo público de manera diferente, ya no se sube el contenido para la aprobación de amigos y familiares más bien por un interés económico, es decir, a cambio de postear fotografías o vídeos que provoquen sensaciones sexuales en personas ajenas a tus campos de interacción personal. Siendo así que los perfiles contenidos en dicha plataforma formen parte de un juego, de un performance que pretende complacer a su público a través del contenido. Es por lo que Sánchez (2019) menciona que:

El performance en el ciberespacio, en esa combinatoria, adquiere algunas características: el carácter colectivo, la libertad para configurar los contenidos, intervenir en la construcción de imágenes, y la desvinculación de sí por la libertad de juego. Mientras en la sociedad de masas el performance recaía sobre la acción sugerida, a través del consumo del objeto, en la sociedad red, el performance opera por la construcción de sentido colectivo y por el consumo de la relación. (p. 135)

Lo anterior señala una relación directa entre el contenido y la sociedad de consumo, asimismo con la necesidad de ponernos una máscara, mostrando todo aquello que nos puede dar un lugar en las sociedades, en este caso, en las sociedades de lo virtual; obligando al individuo a creer que todo lo posteado en redes sociales es veraz. De tal suerte que *“Lo que estamos tratando de entender es justo el carácter performativo del individuo al enfrentarse a ese medio... la producción de una imagen de sí mismo distanciada de sí mismo... arropada por su cultura pero desnuda por las múltiples relaciones a las que alude...”* (Sánchez, 2019; p. 137)

Pero ¿Qué tiene que ver todo este discurso con OnlyFans?, tiene mucho que ver. En párrafos anteriores ya se había mencionado tener de por medio un interés económico, pero esto no exime a las creadoras a seguir este postulado de desapropiarse de uno mismo o tener una imagen de sí que esté lejana a la propia versión; cuando las creadoras en OnlyFans suben contenido están dejando de lado la formación individual que han recibido desde pequeñas, y con esto no hablamos en un sentido religioso guiado por el pecado, más bien en una deconstrucción de la formación familiar respecto a la esfera privada, y considerar el cuerpo justo como lo anterior, parte de lo privado. De tal manera que el contenido es acaparado por la desnudez del cuerpo femenino, y por el sentido erótico o pornográfico que expresan estas mismas, y que para el consumidor representa el material adecuado para disfrutar de su intimidad sexual.

En el párrafo anterior, se plantean dos conceptos importantes y que es necesario aclarar, por un lado se encuentra el erotismo que Cassani (2018) define como una:

...sensación física y emocional que despierta en una relación donde no necesariamente tiene que ver el amor, sino solamente la atracción, no es fijo ni privativo... El erotismo da mucho placer, tiene muchos significados y representaciones de tipo cultural, está presente en un vínculo que tiene que ver con la sensualidad, que se puede llevar al terreno sexual o no, que puede quedarse en los terrenos de lo imaginario y de los símbolos y significados. (sp)

El erotismo se focaliza en una atracción sexual sin contacto, es un vínculo que no necesita de sentimientos o afectividad, asimismo se presenta bajo diferencias como el dramatismo, la exageración y el misterio. En el mundo de OnlyFans y con relación a su contenido, las imágenes reflejan una posición de todo lo anterior sumado a la provocación erótica e insinuación sexual para el consumidor, gestando emociones como la excitación o el deseo sexual. De tal suerte, el erotismo en la virtualidad concentra el deseo del consumidor pero también la provocación sexual de las creadoras de dicha plataforma.

Por otro lado, se encuentra la pornografía es una figura construida por el sexo masculino donde se ven reflejados sus deseos, necesidades, aspiraciones y la forma ideal de comportamiento en una mujer; lo cual provoca la excitación en el hombre. Para Alberoni (1986):

...la pornografía (masculina) se imagina a las mujeres como seres poseídos por el sexo, empujadas por un impulso irresistible a arrojarse sobre el pene masculino, es decir, tal como los hombres, en su fantasía, se comportan frente a ellas. La pornografía imagina a las mujeres dotadas de los mismos impulsos que los hombres. les atribuyen sus mismos deseos y las mismas fantasías. Imagina, además, que ambos deseos se encuentran. (p. 15-16)

Es por lo que la creación de vídeos y fotografías reflejan los deseos que quieren los hombres, por ello las suscripciones son otro de los aspectos a destacar, los consumidores no van a pagar y suscribirse a páginas que no sean de su interés, donde la mujer no le sea atractiva, además de gustarle físicamente tiene que subir contenido a fin a sus intereses, con poses que lo provoquen o que le sean sensuales. Es por lo que, se necesita provocar sentimientos de erotismo y deseo sexual para poder tener ingresos estables.

Pero ¿Qué rompe con la delgada línea entre erotismo y pornografía?, para responder a la pregunta se deben considerar dos aspectos: El primero es conocer la percepción de la creadora de contenido, seguramente ella va a catalogar su contenido como erótico o pornográfico, en su mayoría es denominado como erótico, sin embargo existe otro factor que condiciona esta clasificación, y son los clientes o suscriptores; la sensación que produce en ellos observar las imágenes y vídeos con movimientos sensuales, eróticos asimismo la exposición del cuerpo femenino, influye en el uso y razón de existir que le darán al contenido, así como los sitios de pornografía OnlyFans funge como un lugar de consumo para la intimidad del varón ante el deseo sexual y la limitación de la interacción con otras mujeres. Siendo que los clientes son los principales responsables de romper la línea entre erotismo y pornografía al volver a la mujer como un objeto sexual de consumo; sin embargo no se deja de lado la conciencia que tiene la creadora respecto a que su contenido está hecho para hombres dispuestos a pagar por ver cuerpos semi o totalmente desnudos, fomentando de manera directa la pornografía, esta afirmación tiene lugar porque las mujeres que se encuentran en esta página saben para que público y con qué intención consumen su contenido.

Metodología

Para el caso específico de la investigación, se realizaron dos entrevistas, método que se define como *“una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado)”* (Hernández, 2010; p. 418). Lo anterior tiene como objetivo conocer la historia de vida personal, laboral y dentro de la plataforma OnlyFans en tres aspectos que serán descritos más adelante. Por lo pronto resulta necesario precisar que la entrevista será semidirigida y estructurada, esto quiere decir que se cuenta con una guía de entrevista con preguntas específicas que ayudarán a darle un seguimiento más centrado así como focalizar en el tema de interés. Bien, las características de las entrevistadas se dividen en tres aspectos: La primera es que formen parte, es decir, sean creadoras de la plataforma OnlyFans; el segundo aspecto es que sean del sexo femenino; y por último, que su cuenta de OnlyFans sea activa.

Tomando en consideración lo anterior, la forma en la que se contactó a las creadoras de contenido de la plataforma OnlyFans fue diversa, por un lado se estableció el contacto a través de redes sociodigitales como Facebook, en la cual resultó fundamental ingresar a grupos dedicados a OnlyFans, y en Instagram; por otro lado fue de utilidad la propia plataforma, OnlyFans, tomando en cuenta que tuvieran vinculadas sus redes sociodigitales para establecer el contacto. Siendo que la parte más difícil para poder conseguir las entrevistas fuera la disponibilidad y decisión de las mujeres pertenecientes a dicha plataforma; muchas de ellas, por miedo a ser exhibidas, por falta de tiempo, por no tener una remuneración económica o por simple desinterés, no accedieron a otorgarnos la entrevista.

A razón de que solo dos mujeres nos facilitaran su tiempo para realizar la entrevista, los bloques que fueron tomados en consideración fueron tres, mencionados a continuación: 1. El primer apartado consiste en recopilar la información básica de la entrevistada, siendo así que se incluyeran datos como: Edad, religión, escolaridad, y lugar de residencia; 2. El primer bloque consiste en conocer su actividad laboral antes de su ingreso en OnlyFans, donde trabajaba, cómo inició en OnlyFans, entre otras cuestiones; 3. El segundo bloque denominado como emprendimiento, en este se comienza a recopilar su historia respecto a cuántas personas trabajan para ella, el ingreso que percibe, y si se visualiza como una emprendedora.

Resultados

Las entrevistas realizadas y que se presentarán a continuación fueron dirigidas a mujeres que tienen cuenta activa de OnlyFans y que residan en la Ciudad de México, especificando que su identidad será confidencial, es decir serán llamadas “informantes clave”, el método para llevar a cabo una conversación entre el entrevistado y el entrevistador será con ayuda de la plataforma Zoom y no durará más de 30 minutos, lo que se describirán a continuación es un resumen sintético del contenido de cada apartado de la entrevista. Si bien, la entrevista consta de 3 apartados, el primero de ellos lleva el nombre de “información personal” del entrevistado que no compromete su identidad solo su: edad, religión, residencia y escolaridad, el segundo apartado está titulado “actividad laboral” dicho bloque se realizó para saber sus actividades laborales anteriores, y también para saber el motivo por el cual entraron a la plataforma de OnlyFans, el último bloque es llamado “emprendimiento”, denotando si estas mujeres se consideran emprendedoras y dicha experiencia por parte de la plataforma les dio la apertura para iniciar otro tipo de negocio.

Bien, teniendo en consideración todo lo anterior, se realizaron dos entrevistas que arrojaron datos interesantes respecto a la forma de vida que lleva cada una, su incursión en OnlyFans y la manera en la que se perciben con relación a la misma plataforma. De tal suerte que el análisis de las entrevistas se realizó en dos partes, es decir, por cada bloque. Es preciso aclarar que se identificará a las entrevistadas como E1 y E2 (Entrevistada 1 y entrevistada 2, respectivamente).

De manera inicial, es importante comparar los datos básicos de ambas entrevistadas; por un lado E1 tiene una edad de 25 años, en relación con su grado académico cuenta con una licenciatura en Derecho, es residente de la CDMX y su religión es agnóstica; por otro lado E2, tiene 24 años, su escolaridad es la preparatoria, sin embargo menciona que estuvo un año en la carrera de administración, residen en la CDMX y se denomina como creyente. Con lo anterior, se denota una cercanía de edad, la diferencia solo es de un año entre E1 y E2, ambas residentes de la CDMX, pero se presenta una gran diferencia en la escolaridad y la religión, cuestión que podría influir en su percepción de la plataforma.

Dentro del primer bloque denominado como “Actividad Laboral” las entrevistadas concordaron que su fuente de ingreso solo se concentraba en OnlyFans, por un lado E1 no mencionó ningún tipo de antecedentes laborales y esto lo relaciona con la autosuficiencia económica que pueden otorgarle sus propios padres, en el caso de E2 la situación se torna a la inversa, presenta antecedentes laborales en un despacho de abogados como secretaria, sin embargo a inicios de la pandemia la despiden por cuestiones de salario. En ambos casos, la llegada a OnlyFans fue por decisión propia, pero ¿Cuáles fueron los motivos por los que ambas entrevistadas decidieron abrir su perfil en OnlyFans?

La E1 menciona que:

La apertura de mi página de OnlyFans se dio por la visualización de vídeos de feministas libertarias que hacían contenido en esta plataforma, de alguna manera fue un incentivo para animarme a abrir mi página.

La E2 comenta lo siguiente:

Muy bien, realmente no lo he pensado por ahora me encuentro bien con lo que generó en esta plataforma, y respecto a la otra pregunta cuando me despidieron de mi anterior trabajo estaba buscando una manera de encontrar otro trabajo que fuera similar pero no lo conseguía, por más que lo buscaba, la verdad fue muy difícil la situación de empleo durante esta pandemia, te juro que fácil asistí a 30 entrevistas y en ninguna me aceptaban, algunos me decían que me llamaban y nunca lo hicieron, esto me hizo entrar en crisis porque en caso solo mi padre y yo somos los que proporcionamos el gasto, en ese tiempo una hermana que es mayor que yo y también casada nos ayudaba con dinero pero eso nunca fue suficiente. Esta situación me orillo a abrir mi OnlyFans también porque una de mis amigas ya tenía su página y me decía que no ganabas tan bien pero si hacías contenido personal me podía llevar un dinerito extra, pero básicamente fue por mi amiga y porque no encontraba trabajo que decidí entrar a este mundo.

Hasta el momento podemos hablar de diferentes temas; el primero relacionado con la posición de clases económicas, la brecha que se tiene entre ambas entrevistadas es notoria, por un lado tenemos a E1 que se posiciona en un rango más alto en comparación con E2, la situación anterior merma en la manera en que ambas crecen y se desarrollan dentro de la plataforma. En algún momento de la entrevista se les preguntaba si habían invertido, ya sea en ellas mismas o en artículos que ayudarán a mejorar su contenido, cuando incursionaron en OnlyFans. La E1 mencionaba que no, que ella ya tenía la lencería, el maquillaje y además tenía un cuerpo y rostro dentro

de los lineamientos de los estereotipos de belleza; la entrevistada dos proviene de un ingreso medianamente bajo, además ayuda con los ingresos de hogar a su padre, destacó que fue necesario comprar lencería asimismo, invirtió sus ahorros en arreglos personales para poder sobresalir y conseguir más suscriptores. Es notorio que la E1 tenía una ventaja en relación con la E2, por la cuestión económica y por las relaciones familiares.

Otro de los aspectos a destacar va centrado en la contratación de personal que ayude con la administración de sus ingresos, fotógrafos, maquillistas, planeación del perfil y contenido, entre otros. En este sentido la E1 refiere que:

No, solamente serían mi nutrióloga y el gym que en realidad no son mis empleados solo contrató sus servicios; una de ellas me da dieta cada mes y en el gym y tengo instructor que me da rutina diaria..... Nutrióloga mil mensuales el pago del gym seiscientos y de lencería son mil cuatrocientos; tres mil contando la lencería.

La entrevistada 2 menciona que:

Realmente si tuve un crecimiento muy grande en la plataforma, no al grado de Karely Ruíz pero siento que voy aunque sea a un cuarto de lo que ella es, pero respondiendo a tu pregunta en realidad no, yo sola lo hago es una actividad a la que le dedico el 100% de mi tiempo, al inicio si quería contratar a alguien pero no creo que me alcance para pagarle, posteriormente en un futuro pueda contratar a alguien así, solamente si ya no es mucho. Lo único que sí tengo fijo es la persona que me pone las extensiones, las uñas y pestañas, a ellas si las frecuento y ya tiene una organización de mis citas, con ellas me he de gastar un aproximado de 9,000 y tampoco es que sea tan seguido para serte sincera. Hay ocasiones en que canceló o postergo mis citas porque no me fue bien con mis ingresos.

En el caso de ambas entrevistadas, no tienen designada a una persona que maneje sus ingresos, ellas mismas lo hacen; lo único que destaca de esta cuestión es que contratan los servicios básicos para embellecerse, como son las personas que ponen uñas, extensiones de cabello o pestañas, maquillistas, y en el caso de la E1 también agrega el gimnasio y la nutrióloga, que forman parte de su equipo de cuidado personal.

Por otro lado, se desarrolló el segundo bloque denominado como “Emprendimiento”, el cual abarca cuestiones como su visión de emprendimiento, planes a futuro y relación externa con sus clientes. En primer momento se les es planteada la siguiente

pregunta ¿Para ti qué es ser emprendedora? ¿Te sientes como una mujer emprendedora?; la primera entrevistada respondió lo siguiente:

Es ser alguien que busca sacarle provecho a las cosas que están a su alcance o buscándolas de una manera ventajosa de lo que uno puede tener a su alcance. Pero no por el OnlyFans sino porque anteriormente tenía una página donde vendía ropa y ahora la volví a abrir, así que no considero que la página de OnlyFans sea una actividad de emprendimiento para mí.

La segunda entrevistada comentó que:

Pues para comenzar, sí, porque esto es un negocio, básicamente yo soy mi propia jefa, me impongo los horarios, hago mi agenda de trabajo, y todas esas cosas, así que es un sí. Y para mí ser emprendedora significa trabajar para ti mismo, que las ganancias que obtengas sean para ti y tus empleados, en el caso de que tengas algunos, pero si no es tu sustento económico por medio de ti, de tus ideas, de tu negocio, y para mí vender fotos de mi cuerpo es un negocio que me ha dejado mucho, y también experiencias positivas y negativas, así como aprender a ser más sigilosa porque mis padres no saben de esto y si se enteraran me lincharían son sumamente religiosos.

En esta pregunta se encontró una contrariedad entre ambas entrevistadas. Por un lado, E1 negó sentirse como emprendedora por la plataforma de OnlyFans, más bien, se identificó por su marca de ropa deportiva, para ella tener un perfil dentro de esta plataforma sólo es considerado como un hobby; al contrario de E2 quien sí se identifica como una emprendedora por pertenecer a la plataforma, todos los ingresos son para ella, a pesar de no tener empleados, menciona que ella misma paga lo que consume a través de su trabajo, el cual no está dictaminado por alguien más. Básicamente la E2, se rige bajo el lema “Yo soy mi propio jefe” al mercantilizar su cuerpo. Aunado a la perspectiva de mostrar su cuerpo y mercantilizarlo, ambas coincidieron en que solo es contenido erótico, no pornográfico, al mostrarse en lencería y no completamente desnudas.

Por último, las preguntas finales que forman parte del bloque de emprendimiento se relacionan con su relación con los clientes, si han tenido contacto con alguno, etc. percibe un distanciamiento entre ambas entrevistadas, la E1 niega tener contacto directo o fuera de la plataforma OnlyFans con sus clientes, en pocas palabras, su contacto es meramente virtual, y nunca ha pensado en sobrepasar esos límites; lo interesante se presenta con la E2 quien afirma tener un contacto más allá de lo virtual. Siendo así sería relevante destacar, de manera textual su aportación.

Claro, pues mira en Only realmente no gano tanto como quisiera, siendo realista esto solamente lo podrías tomar como una simple distracción y si realmente quieres vivir de esto se deben sacrificar muchísimas cosas como perder dinero en los primeros meses, inclusive años, también a entender que no te van a llegar los suscriptores como si fueran agua, van a tardar porque todos buscan contenido y características muy diferentes en una mujer, pero bueno aquí estoy percibiendo 20,000 pesos al mes, sin contar lo que te descuenta Only, si te das cuenta con eso no te alcanza para poder tener una vida de lujos como la que tiene AriGameplays o la misma Karely, por eso yo tuve que buscar esta otra forma de tener más ingresos y bueno en este sentido ya varea mucho lo que llegue a ganar porque no siempre vendes la misma cantidad de fotos y vídeos o videollamadas, también me va mejor cuando quedo de verme con algún cliente porque debo admitir algo, y es que para tener estos encuentros ya cobro más caro de lo normal, uno de mis pensamientos fundamentales es que si puede pagar los 2,000 o 3,000 que le voy a cobrar por unas horas significa que tiene el dinero para poder cuidarse como comprar condones y así; bueno al final del mes un aproximado de lo que sale de estos trabajos diría que son 30,000 pesos aproximadamente, la verdad las fotos y vídeos, también las videollamadas no salen nada baratas, bueno mis precios son caros pero los hombres lo pagan con tal de tener unos minutos de placer aunque sea de manera virtual o fotos y vídeos que sean a su gusto, porque si me he dado cuenta que la sociedad está bien torcida y tiene gustos muy raros, hay clientes que me piden posiciones o disfraces muy extraños y que llegan a pagar 2,000 pesos por cada foto con tal de que sea como ellos me lo indican. Así que si hago un conteo general de lo que gano mínimo y cuando me va mal diría que mi ingreso es de 40,000 pesos al mes.

La E2 reconoce que en la plataforma gana menos de los que le gustaría, o de lo necesario para poder vivir medianamente bien, es por lo que decidió arriesgarse a tener contacto directo con ellos, su finalidad fue generar más ingresos, siendo que OnlyFans fuera su principal medio de contacto con estos clientes dispuestos a pagar grandes sumas de dinero por poder tener una cercanía cara a cara. Reconoce que ya ha tenido encuentros presenciales y respecto a eso menciona que:

Pues hasta el momento mis relaciones solo han sido profesionales, no he tenido ningún tipo de sentimiento involucrado porque al final del día un trabajo que llegó, hago, se termina y hasta la próxima, así que no sentimiento de por medio nunca hay, y si me preguntaras como le hago para no sentir nada, solo es pensar y repetirte que es un trabajo y te van a pagar bien. Yo resumo mi interacción con ellos como trabajo por eso nunca me ha afectado como a otras personas, y no nunca han hecho algo que yo no quiera o fuera de lo común, inclusive en eso me fijo muy bien para no meterme con cualquiera, a partir de sus fotos y mensajes me doy cuenta si acepto o no vernos en persona.

La perspectiva de la E2 tiene inmiscuidos diferentes factores, el primero es relacionar el estado de salud física y emocional con el dinero que estos mismos puedan pagar, es decir, entre más dinero paguen por su servicio presencial más certeza tiene de que

utilizan condón, se realizan sus chequeos, etc.; asimismo deja entrever que sus cuotas no son bajas, sus condiciones para poder verse con algún cliente es que paguen lo que impone, siendo precios por arriba de los 2,000 o 3,000 pesos, siendo que no relacioné lo anterior con una situación de prostitución. La E2 lo dejó muy claro en el siguiente párrafo:

Solo dejar en claro que aunque parezca que me estoy prostituyendo, esto no es así, yo escojo mis clientes y con quienes me meto sexualmente o no por eso no me siento como una prostituta, más bien soy una acompañante para aquellos que no tienen con quien estar.

Para finalizar, y fuera del bloque se les preguntó cómo se visualizaban en torno a OnlyFans; La E1 respondió que se visualiza ejerciendo su carrera o alguna afición personal, asimismo continuar con el crecimiento de su marca de ropa deportiva; en el caso de la E2 comentó que por el momento no se veía dejando OnlyFans, posiblemente después podría abrir un negocio pero en la actualidad solo quiere disfrutar el dinero que la plataforma le ha dejado.

Conclusiones

A manera de cierre, el apartado de conclusiones servirá como un recuento de aquellas ideas, características y aportes con lo que logró culminar la presente investigación; de inicio recordar que uno de los factores que contribuyó al aumento exponencial de la plataforma OnlyFans, sin duda, fue la emergencia sanitaria por COVID-19, durante la estadía de los actores sociales en confinamiento se comenzaron a gestar y desarrollar nuevas formas de interacción humanada, a través de videollamadas, correos, publicaciones, mensajes de texto, entre otras, a su vez la demanda de contenido erótico/pornográfico incremento debido a las limitantes de contacto sexual ante el miedo de contagio; es por lo que no solo las redes sociodigitales como Facebook, Instagram y Twittee tuvieron un incremento de usuarios, con ellos el crecimiento en plataformas como OnlyFans, Twitch, Tinder, entre otras, que propiciaban una interacción segura y de diferentes índoles. Lo anterior indujo a que muchos sujetos tomaran la decisión de incorporarse a estas plataformas a cambio de un ingreso monetario (no en todas funciona así).

Aunado a lo anterior, hablar de la situación económica y laboral resulta importante, debido a que es uno de los principales factores de ingreso a este tipo de plataformas. Durante las entrevistas, una de ellas comentó que OnlyFans fue su único ingreso fijo, siendo así que la desesperación por encontrar un trabajo propició a que mujeres de diferentes sectores se integraran a la plataforma, pero no debemos adjudicar todo a la pobreza, también es de reconocerse que la mencionada tuvo un crecimiento en popularidad con la integración de las llamadas “influencers” quienes además de formar estrategias de marketing para OnlyFans, percibido como un hobby aunque su, siendo así que se forjaran interacciones cercanas entre la creadora con sus fans, pero de manera virtual.

La privacidad y anonimato que generan este tipo de plataformas influyen de manera positiva para las sociedades del mundo, en la actualidad se ha encontrado una facilidad de adquisición, exhibición y visualización de los contenidos erótico/pornográficos para los clientes; en el caso de OnlyFans proporcionar contenido que fuese específico respecto a los gustos de suscriptores, de manera digital y al alcance de una tarjeta de pago, resulta ser la fórmula para conseguir la demanda necesaria en una plataforma donde no existen límites para la exhibición de

la corporalidad, lo que desemboca en la mercantilización del cuerpo femenino, y por ende, el consumo del mismo.

Asimismo, la normalización del desnudo del cuerpo para los sectores públicos ha influido en la percepción de modelar lencería o disfraces para sus suscriptores, cada día que pasa es más normal publicar la vida privada en las redes sociodigitales (ámbito público), y el pensamiento que predomina en muchas de las creadoras es “Sí lo hago gratis en mis redes, porque no debería cobrar” cayendo en un discurso de empoderamiento y emprendimiento femenino cuando en realidad, regresamos al consumo y comercialización de la corporalidad. No es un acto que deba satanizarse sin embargo, es importante crear conciencia de las consecuencias que podría traer consigo como el ciberacoso, la exposición de su contenido, entre otras.

Ahora bien, desde la perspectiva del emprendimiento, las creadoras de contenido no son en su totalidad emprendedoras. Existen dos razones que fundamentan lo anterior: La primera, y a manera de recordatorio, un emprendedor es aquel que tiende a innovar, ser creativo y posicionarse con un proyecto o producto que sea funcional (para el ámbito que sea), asimismo que logre un alcance dentro del mercado, las creadoras de contenido de OnlyFans no forman parte de este primer concepto de innovación, sin embargo y gracias al recorrido teórico, existe un tipo emprendimiento que no necesariamente tiene que ser completamente independiente de otras empresas, siendo así que ellas dependan de la plataforma OnlyFans para generar sus ingresos. De tal suerte, que no sean emprendedoras, en todo caso se podrían considerar a aquellas con ingresos más fuertes, que han contratado a diferentes personas que le ayuden con la gestión de lo que percibe, maquillistas, fotógrafos, material para perfeccionar sus fotos como luces, sets, lencería, disfraces, ropa, etc.

No podemos descartar que los medios de desarrollo permean en la conducta social humana, por tratar de imitar, mejorar y ser parte de un vínculo socialmente aceptable todo esto parte desde la apropiación y construcción del conocimiento, los hábitos, las relaciones, valores y acciones que son aprendidas desde pequeños, considerando que se es inconsciente de los actos realizados, parte desde la forma que nuestros padres nos enseñan a hacer, comunicarnos y desarrollarnos ante la sociedad. A través de los años la forma de actuar, comunicarnos y percibir el mundo cambió, y esto se debe a los nuevos campos de interacción social de los que formamos parte

durante nuestro crecimiento, por lo cual se genera una ruptura entre lo internalizado de manera esquemática, es decir, de las primeras relaciones como son las familiares, y lo aprendido de manera independiente; proceso denominado como deconstrucción. Para el caso de OnlyFans, dicha deconstrucción fortalece una intrusión libre de esquematizaciones familiares, del cuerpo femenino, y una normalización inmediata del fenómeno. Referente a que la vida sexual de cada individuo es cada vez más “fría” y respecto a las mujeres que se prostituyen esto es mayor, porque ¿Dónde quedan las emociones y sentimientos? El tener una relación sexual con algún individuo no desvincula al actor de su lado sensible, porque la conexión sexual y sentimental siempre prevalece, es decir, el valor que le damos al cuerpo no debe centrarse en mercantilizarlo, sino considerarlo como algo íntimo y privado.

El valor prestado a las relaciones sentimentales debe presentar características de intimidad compartida, es decir, el disfrute del acto sexual como un hecho de conexión entre dos individuos que pueden pasar por las caricias y los besos, a gestos de amabilidad que refieren una conexión que no solo se basa en un sentir pasional y erótico, también como un acto de amor que involucra la intimidad del otro como algo sagrado; proceso que se ha dejado de lado con lo efímeras, frías y cortas que se han vuelto las relaciones sexuales. Las relaciones e interacciones sociales se han introducido en un mundo de desinterés, liquidez y fragilidad, asimismo se han mermado de expresiones de miedo ante el compromiso siendo así que lo fugaz sea una salida factible y cómoda para establecer interacciones que impidan un vínculo duradero. Por lo cual, *“La sociedad individualizada líquida y moderna ha hecho de los compromisos a largo plazo un terreno fangoso y de la obligación de asistencia mutua de tipo “venga lo que venga”, una perspectiva que no resulta ni realista ni merecedora de mayores esfuerzos.”* (Bauman, 2000; p. 92)

Es por lo que, el amor también consiste en salvar y apoyar al otro, es por lo que es el único valor moral que nos salvará de ser efímeros e individualistas, el miedo de amar, sentir y gozar siempre prevalece, pero si no es experimentado no se puede conocer lo que provoca; con relación a esto es necesario plantear la parte negativa de las redes sociodigitales, estas son herramientas con mayor utilidad hoy en día, pero también la que más nos afecta de manera emocional, porque no somos conscientes de lo que somos, hacemos y queremos mostrar en las mencionadas, sin embargo,

siempre prevalece una realidad ficticia de lo que somos, cayendo en estereotipos de una vida alejada de la realidad. Bauman (2000) ha referido que:

La “inmediatez” parece desempeñar en el pensamiento Lögstrup un papel similar a lo que desempeña la “proximidad” en la obra de Levinas. “Las expresiones inmediatas de la vida” están gatilladas por la aproximación o la presencia inmediata del otro ser humano, débil y vulnerable, sufriente y necesitado de ayuda. Nos movilizan lo que vemos, y nos vemos instalados a actuar, a ayudar, a defender, a dar consuelo, a curar o a salvar. (p. 125)

Por último y a manera de retomar el objetivo inicial que pretendía comprobar si a través de la plataforma OnlyFans se estaba fomentando, con la ayuda de las entrevistas y de la recopilación teórica e histórica, puede concluirse que sí, si bien no es de manera directa, el mensaje que transmite en relación con la idea de subir contenido erótico/pornográfico para generar ingresos, ha generado que posteriormente se pueda tener una interacción directa (presencial), involucrando la práctica de relaciones sexuales; asimismo OnlyFans se volvió su plataforma directa de contacto con los clientes.

A manera de aportación personal, el presente trabajo abre un espacio para nuevos planteamientos, dudas y direcciones o líneas de investigación, si bien lo anterior se focalizó en las creadoras de contenido de la plataforma OnlyFans como emprendedoras, la investigación nos ha dejado entrever que la atención también puede centrarse en la conducta de los consumidores, el por qué lo hacen o cuál es su impulso para suscribirse a estas páginas, asimismo lo que sucede con las relaciones familiares y amorosas; por otro lado, también podría considerarse la propia plataforma para un estudio profundo de integración al mercado o en comparación con otras plataformas de interacción como Twitch, Periscope, Facebook, entre otros. Siendo así que la apertura de estudio que tiene dicha plataforma sea inmensa y no solo en el ámbito sociológico sino también en otras disciplinas.

Bibliografía

Alberoni, F. (1986). El erotismo. México. Gedisa.

Almodóvar, M. (2018). Tipo de emprendimiento y fase de desarrollo como factores clave para el resultado de la actividad emprendedora. España: Ediciones complutense. Recuperado el 30 de agosto de 2020, de <https://revistas.ucm.es/index.php/CRLA/article/download/60695/4564456547545/>

Álzate, A. (2017). Emprendimiento. Colombia: Fondo editorial Areandino. Recuperado el 31 de agosto de 2022, de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1207/Emprendimiento.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Arriagada, I. (2005). Dimensiones de la pobreza y políticas desde una perspectiva de género. México: Revista de la Cepal. Recuperado el 28 de agosto de 2022, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11002/085101113_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bauman, Z. (2000). Modernidad Líquida. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

Baumol, W.J. (1990). "Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive". Journal of Political Economy. 98: 893-921.

Bueno, C. (2020). Ser emprendedor en el México del siglo XXI: *Coordenadas teóricas sobre la figura del emprendedor: capacidad de agencia y formas organizativas en el siglo XXI*. México: Editorial de la Universidad Autónoma del Estado de México

Cassani, E. (2018). Erotismo y amor en el Día de San Valentín. México: Ciencia UNAM-DGDC. Recuperado el 30 de agosto de 2022; de <https://ciencia.unam.mx/leer/708/erotismo-y-amor-en-el-dia-de-san-valentin-#:~:text=El%20erotismo%20es%20esa%20sensaci%C3%B3n,no%20es%20fijo%20ni%20privativo.>

Castillo, A. (1999). Estado del Arte en la enseñanza del emprendimiento. Chile: INTEC-Chile. Recuperado el 06 de agosto de 2022, de

<http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estadodelarte enlaensenanzadelemprendimiento.pdf>

Comisión Nacional de Salarios Mínimos. (2022). La brecha salarial de género en el empleo formal ha disminuido de 2018 a 2021. México: Gobierno de México. Recuperado el 22 de agosto de 2022, de <https://www.gob.mx/conasami/prensa/la-brecha-salarial-de-genero-en-el-empleo-formal-ha-disminuido-de-2018-a-2021#:~:text=Los%20resultados%20que%20se%20obtuvieron,y%20en%202021%20de%2012.2%25>.

Condiza, W. & Hernández, E. (2012). Pobreza y prostitución en Boyacá, Colombia: una mirada desde los derechos humanos. Colombia: Revista Colombiana de Sociología, vol. 35, núm. 1. Recuperado el 23 de agosto de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/5515/551556229005.pdf>

Coto, P. (2013). Schumpeter y el emprendedor empresarial. España: Universidad de Cantabria. Recuperado el 29 de julio de 2022, de <https://www.mastertranscom.com/schumpeter-emprendedor-empresarial/>

Farias, A. (2014). La discriminación del sector del sexo servicio: manifestaciones y expresiones en espacios de vida, trabajo y convivencia en la ciudad de México, necesidad de una legislación que defina y regule la actividad del sexo servicio en el distrito federal. México: UNAM. Recuperado el 25 de agosto de 2022, de <https://copred.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/5ac/7fa/266/5ac7fa26618b1093886494.pdf>

Fernández, P. (2022). Cómo conocer OnlyFans y no morir en el intento: desarrollo de una guía didáctica para profesionales de la educación. España: Universidad de Oviedo. Recuperado el 22 de julio 2022, de https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/64008/TFG_PatriciaFernandezFernandez.pdf?sequence=5

Fuentes, P. (2016). Burdeles, prostitución y género a través de los procesos por lenocinio. Ciudad de México, década de 1940. México: UNAM. Recuperado el 22 de agosto de 2022, de

https://historicas.unam.mx/publicaciones/publicadigital/libros/vicio/671_04_06_Pame_la_Fuentes.pdf

Gutama, M. & Jiménez, P. (2019). El emprendimiento y su evolución como una alternativa laboral en el contexto latinoamericano: una revisión de literatura. Ecuador: Universidad de Cuenca. Recuperado el 25 de agosto de 2022, de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/31772/1/EL%20EMPRENDIMIENTO%20Y%20SU%20EVOLUCI%C3%93N%20COMO%20UNA%20ALTERNATIVA%20LABORA.pdf>

Gutiérrez, V. (2013). Entrevista a Santiago Pardilla Fernández. Sociólogos. Blog de Actualidad y Sociología. Recuperado el 18 de agosto 2022, de <https://sociologos.com/2013/01/08/la-prostitucion-es-una-forma-de-convertir-el-cuerpo-humano-en-un-objeto-con-valor-santiago-pardilla/>

Hernández, R. (2010). Metodología de la investigación. México. McGRAW-HILL.

INMUJERES. (2016). Brecha salarial de género en México. México: Gobierno de la República. Recuperado el 22 de agosto de 2022, de http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/101271.pdf

Morcillo, S. (2016). Derivas sociológicas y de las ciencias sociales sobre la prostitución. Argentina: Universidad Nacional de San Juan, vol. 25, núm. 4, pp. 31-45. Recuperado el 20 de agosto de 2022, de <https://www.redalyc.org/journal/122/12249087003/html/>

Núñez, F. (2002). La prostitución y su represión en la ciudad de México, Siglo XIX, Prácticas y Representaciones. España. Editorial Gedisa.

Ortíz, P. & Millán, A. (2011). Emprendedores y empresas. La construcción social del emprendedor. España: Universidad de Murcia. Recuperado el 06 de agosto de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3783804.pdf>

Palacios, A. & Ruíz, S. (2020). El emprendimiento en América Latina: Un análisis de su etimología, tipología y proceso. Ecuador: ECA Sinergia, vol. 11, núm. 2, pp. 47-58. Recuperado el 24 de agosto de 2022, de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/2115/2641>

Paunero, J. (2014). Aspectos sociales del emprendedor. México: Universidad de Valladolid. Recuperado el 25 de julio de 2022, de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/7046/TFG-G%20645.pdf;jsessionid=4DB3E246D0556900B167E3890C054599?sequence=1>

Pozo, F. (2021). Investigar sobre prostitución: complejidad del objeto, marcos analíticos y controversias. España: Revista española de sociología. Vol. 31 Núm. 1. Recuperado el 18 de agosto 2022, de <https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/85673/67508#:~:text=La%20prostituci%C3%B3n%20es%20una%20pr%C3%A1ctica,compran%20o%20consumen%20servicios%20sexuales.>

Ramírez, K. (2017). El emprendimiento en México y China, 2005-2015. México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Recuperado el 28 de julio de 2022, de http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/1047/ININEE-M-2017-0621.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sánchez, A. (2019). Estética de la interacción visual. La imagen-avatar y performance en las redes sociales. México: Gedisa.

Sparano, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. Colombia: Revista Dimensión Empresarial, vol. 12, núm. 2, 95-106. Recuperado el 10 de agosto de 2022, de <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n2/v12n2a08.pdf>

Torre, L. (2012). Las redes sociales: Conceptos y teorías. Argentina: Universidad Católica de Argentina. Recuperado el 25 de julio de 2022, de <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/7067/1/redes-sociales-conceptos-teorias.pdf>

Winocur, R & Sánchez, A. (2015). Redes sociodigitales en México. México: Fondo de cultura económica.

Anexos

Anexo 1. Estado del arte

Fuente	Concepto	Fenómeno de interés	Características, hallazgos, evidencias	Disciplina	Método
<p>Condiza, W; Hernández, E. (2012). Pobreza y prostitución en Boyacá, Colombia: una mirada desde los derechos humanos. (Colombia), 83-95. Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/5515/551556229005.pdf</p>	<p>Pobreza y prostitución.</p>	<p>Conocer la pobreza respecto a la prostitución desde la visión de los derechos humanos.</p>	<p>En este artículo se pretende establecer una relación entre la prostitución y la pobreza vista desde la visión de los derechos humanos, que posicionan a las mujeres en área laboral con salarios por debajo de lo suficiente para poder adquirir los servicios básicos, esto provoca un sin fin de consecuencias como lo es su permanencia en las sociedades pobres o su incorporación a la prostitución.</p>	<p>Sociología</p>	<p>Cualitativa</p>
<p>Gamboa, N. (2021). PUTAS VIRTUALES. Producción discursiva sobre el trabajo sexual en la era pandémica-virtual: el caso de OnlyFans. (España). 88 Recuperado de: https://www.academia.edu/56106995/Putas_virtuales_Produccion_discursiva_sobre_el_trabajo_sexual_en_la_era_pandemica_virtual_el_caso_de_OnlyFans</p>	<p>OnlyFans.</p>	<p>La transición de la prostitución en la calle a las plataformas virtuales como OnlyFans.</p>	<p>Se analizan los diferentes discursos entorno a la prostitución observando la manera en que afectan a las trabajadoras sexuales, materializándolas y posicionándolas en sectores marginados y excluidos de la sociedad.</p>	<p>Teoría y crítica de la cultura.</p>	<p>Cualitativa.</p>

<p>Gutama, M; Jiménez P. (2019). El emprendimiento y su evolución como una alternativa laboral en el contexto latinoamericano: una revisión de literatura. (Ecuador). 34 Recuperado de: https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/31772/1/EL%20EMPRENDIMIENTO%20Y%20SU%20EVOLUCI%C3%93N%20COMO%20UNA%20ALTERNATIVA%20LABORAL.pdf</p>	<p>Emprendimiento.</p>	<p>La evolución del emprendimiento.</p>	<p>En la presente tesis se pretende analizar el fenómeno del emprendimiento desde sus inicios y posicionamiento en las actuales sociedades.</p>	<p>Administración.</p>	<p>Cualitativa, cuantitativa.</p>
<p>Winocur, R; Sánchez, A. (2016). Redes sociodigitales en México. Fondo de cultura económica. (México). 227</p>	<p>Redes sociodigitales.</p>	<p>La manera en que se han posicionado las redes sociodigitales en torno a la sociedad mexicana.</p>		<p>Sociología</p>	<p>Cualitativa</p>
<p>Schumpeter, J. (1934). Teoría del desarrollo económico. (Estados Unidos) 255</p>	<p>Desarrollo económico.</p>	<p>El desarrollo económico a través de sus actores sociales.</p>	<p>El interés de este libro se centra en que abarca dentro del desarrollo económico la figura de los emprendedores, los cuales son para Schumpeter los protagonistas del mundo mercantil.</p>	<p>Economía.</p>	<p>Cualitativa</p>

Anexo 2. Guía de entrevista

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Licenciatura en sociología

Módulo XII: Fase Metodológica

INTRODUCCIÓN: Buenas tardes mi nombre es ___ y soy estudiante de la licenciatura en sociología en la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, en el módulo Economía y Sociedad.

La información que nos proporcionen en la entrevista es confidencial y será tratada con fines académicos para nuestro trabajo de tesis en la licenciatura de Sociología, titulada Emprendimiento Social de mujeres jóvenes. Por tal motivo, ¿nos permitiría grabar la reunión virtual?

INFORMACIÓN PERSONAL DEL ENTREVISTADO:

Edad:	
Residencia(ciudad):	
Escolaridad:	Religión:

BLOQUE UNO: ACTIVIDAD LABORAL

1. ¿Cuál fue la actividad económica que realizabas con anterioridad?
2. ¿Cuál es la actual?
3. ¿Cómo incursionaste a abrir tu página de Only Fans?
4. ¿A qué edad empezaste esta actividad?
5. ¿Hace cuánto tiempo trabajas en esto?
6. ¿Cuál fue tu inversión económica inicial en la página OnlyFans? Y ¿cuánto te cobra en la actualidad?
7. ¿Necesitaste algún apoyo externo, es decir (¿diseñador, maquillista, ropa, gimnasio, etc.?)
8. ¿Cuáles son tus beneficios (económicos, tiempo y espacio)?
9. ¿Cómo administras tus recursos (económicos, calendarios y horarios)?
10. ¿Has contratado a alguien que administre alguno de los recursos ya mencionados con anterioridad?

SI	NO
-----------	-----------

¿cuántos empleados son los que te ayudan a realizar tu itinerario?	BLOQUE DOS: EMPRENDIMIENTO
¿Cuáles son sus actividades que desempeña cada uno?	¿Cuáles son tus ganancias generales?
¿Su pago es mensual o semanal?	¿Para ti qué es ser emprendedora?
¿Qué cantidad de dinero requieres para solventar los gastos de tu equipo de trabajo?	¿Te sientes como una mujer emprendedora?
¿Cuáles son tus ganancias después de pagarle a tus empleados?	

SI	NO
¿Por qué?	¿Qué te hace falta para llegar a ser emprendedora de tu propio negocio?

1. ¿Cómo lograr que tu página llegue a un mayor número de personas?
2. ¿Cuáles son tus clientes actuales?
3. ¿A qué tipo de clientes te gustaría que sea dirigida?
4. ¿Qué contenido será el indicado para atraer a más usuarios?
5. ¿Cuál es el contenido que a ti te atreverías a subir?
6. ¿Qué contenido te gustaría mostrar?

7. ¿Cuál es el contenido que no te gustaría mostrar?
8. ¿Cuáles son los motivos por los cuales no mostramos dicho contenido?
9. ¿Tus niveles de ingreso mejorarían con las posibles modificaciones?
10. ¿Has tenido contacto o te gustaría tener contacto con tus clientes?

SI	NO
¿puedes relatar un poco el encuentro?	¿Por qué?
¿Dentro de tus relaciones expones tus sentimientos? ¿Cómo no involucrar sentimientos con tus clientes?	
¿Cuál sería el trato ideal de tus clientes hacia ti?	
¿Cómo te visualizas en el futuro en esta misma actividad o en otra?	

1. ¿Esta experiencia de trabajar en OnlyFans te dio las bases para emprender un nuevo negocio diferente? ¿cual?

Gracias por atender a esta Entrevista, no haremos uso indebido de tu información, solo será para un fin académico.

Anexo 3. Entrevista 1

INFORMACIÓN PERSONAL DEL ENTREVISTADO:

Edad:25	Residencia(ciudad): Ciudad de México
Escolaridad: Licenciatura en Derecho	Religión: Agnóstica

Entrevistadora: Buenas tardes mi nombre es Evelyn Rentería y soy estudiante de la licenciatura en sociología en la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, en el módulo Economía y Sociedad.

La información que nos proporcionas en la entrevista es confidencial y será tratada con fines académicos para nuestro trabajo de tesis en la licenciatura de Sociología, titulada Emprendimiento Social de mujeres jóvenes. Por tal motivo, ¿nos permitiría grabar la reunión virtual?

Entrevistada: Hola, si claro con mucho gusto y más adelante me gustaría que me mandaras tu trabajo final para leerlo, se escucha interesante

Entrevistadora: Si, con gusto te la haré llegar, ahora si empezaré con el segundo bloque de la entrevista titulado “actividad laboral” ¿Cuál fue la actividad económica que realizabas con anterioridad?

Entrevistada: Era Becaria en la Comisión nacional de Seguros y Finanzas

Entrevistadora: ¿Cuál es la situación actual?

Entrevistada: Tengo la página de OnlyFans.

Entrevistadora: ¿Cómo incursionaste a abrir tu página de OnlyFans?

Entrevistada: La apertura de mi página de OnlyFans se dio por la visualización de vídeos de feministas libertarias que hacían contenido en esta plataforma, de alguna manera fue un incentivo para animarme a abrir mi página.

Entrevistadora: ¿A qué edad empezaste esta actividad?

Entrevistada: A los 24 años.

Entrevistadora: ¿Hace cuánto tiempo trabajas en esto?

Entrevistada: Aproximadamente 9 meses.

Entrevistadora: ¿Cuál fue tu inversión económica inicial en la página OnlyFans? Y ¿Cuánto te cobra en la actualidad?

Entrevistada: No gaste nada, porque ya tenía lencería y la pagina te quita un 20% de todas tus ganancias

Entrevistadora: ¿Necesitaste algún apoyo externo, es decir (¿diseñador, maquillista, ropa, gimnasio, etc.?)

Entrevistada: Si, el nutriólogo, y el gimnasio.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus beneficios (económicos, tiempo y espacio)?

Entrevistada: Yo solo veo el beneficio económico.

Entrevistadora: ¿Cómo administras tus recursos (económicos, calendarios y horarios)?

Entrevistada: Económicos, pues compro lencería cada mes y mis horarios por lo regular son solo lunes y viernes 2 horas

Entrevistadora: ¿Has contratado a alguien que administre alguno de los recursos ya mencionados con anterioridad?

Entrevistada: No, solamente serían mi nutrióloga y el gym que en realidad no son mis empleados solo contrató sus servicios; una de ellas me da dieta cada mes y en el gym y tengo instructor que me da rutina diaria.

Entrevistadora: ¿Su pago es mensual o semanal?

Entrevistada: Nutrióloga mil mensuales el pago del gym seiscientos y de lencería son mil cuatrocientos; tres mil contando la lencería.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus ganancias generales?

Entrevistada: 13 mil.

Entrevistadora: ¿Para ti qué es ser emprendedora? ¿Te sientes como una mujer emprendedora?

Entrevistada: Es ser alguien que busca sacarle provecho a las cosas que están a su alcance o buscándolas de una manera ventajosa de lo que uno puede tener a su alcance.

Entrevistadora: ¿Por qué?

Entrevistada: Pero no por el OnlyFans sino porque anteriormente tenía una página donde vendía ropa y ahora la volví a abrir, así que no considero que la página de OnlyFans sea una actividad de emprendimiento para mí.

Entrevistadora: ¿Cómo lograr que tu página llegue a un mayor número de personas?

Entrevistada: De diferentes formas obviamente te vas a apoyar de otras redes sociales como Twitter, Instagram y Facebook.

Entrevistadora: ¿Cuáles son tus clientes actuales?

Entrevistada: Puros gringos, porque son los que dan más dinero.

Entrevistadora: ¿Qué contenido será el indicado para atraer a más usuarios?

Entrevistada: Está a debate, pero yo diría que el que es más rentable es el explícito.

Entrevistadora: ¿Cuál es el contenido que a ti te atreverías a subir?

Entrevistada: Solo subo contenido erótico.

Entrevistadora: ¿Cuál es el contenido que no te gustaría mostrar?

Entrevistada: El pornográfico, tengo muy establecido que no estoy a favor de la pornográfica.

Entrevistadora: ¿Tus niveles de ingreso mejorarían con las posibles modificaciones?

Entrevistada: Supongo que sí, porque es una constante de cuando te haces tú OnlyFans, porque los hombres siempre quieren más, pero no lo haré.

Entrevistadora: ¿Has tenido contacto o te gustaría tener contacto con tus clientes?

Entrevistada: No, porque ya es otro grado el tener contacto con ellos.

Entrevistadora: ¿Cómo te visualizas en el futuro en esta misma actividad o en otra?

Entrevistada: Ejerciendo mi carrera o en otra actividad que me gusta.

Entrevistadora: ¿Esta experiencia de trabajar en OnlyFans te dio las bases para emprender un nuevo negocio diferente? ¿cual?

Entrevistada: Sí, de ropa, mi propia marca de ropa deportiva

Entrevistadora: Gracias por atender a esta entrevista, no haremos uso indebido de tu información, solo será para un fin académico.

Anexo 4. Entrevista 2

INFORMACIÓN PERSONAL DEL ENTREVISTADO:

Escolaridad: Preparatoria

Residencia(ciudad): CDMX

Edad:24

Religión: Creyente.

Entrevistadora: Buenas tardes mi nombre es Naomi Martell y soy estudiante de la licenciatura en sociología en la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, en el módulo Economía y Sociedad.

La información que nos proporcionen en la entrevista es confidencial y será tratada con fines académicos para nuestro trabajo de tesis en la licenciatura de Sociología, titulada Emprendimiento Social de mujeres jóvenes. Por tal motivo, ¿nos permitiría grabar la reunión virtual?

Entrevistada: Hola, me parece muy bien que me tomaras en consideración para formar parte de tu investigación, y si claro estoy de acuerdo en que grabes la sesión pero mantendría mi cámara apagada.

Entrevistadora: Claro no hay ningún problema, entonces iniciamos la entrevista, de inicio me gustaría saber, ¿Cuál fue la actividad económica que realizabas con anterioridad?

Entrevistada: Anteriormente trabajaba como secretaria en un bufete de abogados, y al mismo tiempo me encontraba estudiando administración, pero por tiempos y cuestiones de pandemia decidí salirme de la escuela para estar tiempo completo en el trabajo y me pudieran pagar más dinero.

Entrevistadora: Muy bien, y ¿Cuál es tu actual trabajo? Considerando lo que me acabas de decir anteriormente ¿Retomaste el estudio?

Entrevistada: Por ahora solamente me dedico a la promoción y realizar trabajos a través de la plataforma OnlyFans, el estudio ya no fue una opción, y para ser sincera no gano tanto en la plataforma y solo con subir mi contenido pero hago algunos “trabajos especiales” como personalizar el contenido, ya sean fotos, vídeos al gusto de mis clientes o también videollamadas, en algunas ocasiones llego a hacer trabajos como salir con mis clientes, de eso estoy viviendo por ahora.

Entrevistadora: Entonces ya solamente te dedicas a la promoción de tu página, y ¿no has pensado en buscar otra opción de trabajo?, con lo anterior también me gustaría que me contaras ¿Cómo incursionaste a abrir tu página de OnlyFans?

Entrevistada: Muy bien, realmente no lo he pensado por ahora me encuentro bien con lo que generó en esta plataforma, y respecto a la otra pregunta cuando me despidieron de mi anterior trabajo estaba buscando una manera de encontrar otro trabajo que fuera similar pero no lo conseguía, por más que lo buscaba, la verdad fue muy difícil la situación de empleo durante esta pandemia, te juro que fácil asistí a 30 entrevistas y en ninguna me aceptaban, algunos me decían que me llamaban y nunca lo hicieron, esto me hizo entrar en crisis porque en caso solo mi padre y yo somos los que proporcionamos el gasto, en ese tiempo una hermana que es mayor que yo y también casada nos ayudaba con dinero pero eso nunca fue suficiente. Esta situación

me orillo a abrir mi OnlyFans también porque una de mis amigas ya tenía su página y me decía que no ganabas tan bien pero si hacías contenido personal me podía llevar un dinerito extra, pero básicamente fue por mi amiga y porque no encontraba trabajo que decidí entrar a este mundo.

Entrevistadora: La situación laboral en la pandemia fue muy fuerte y mucha gente se quedó sin empleo, eso lo logró entender por completo; no es fácil sobrevivir en un mundo sin empleo, ¿A qué edad comenzaste a trabajar en esto de OnlyFans y cuánto llevas ahí?

Entrevistada: ¡Uyyyy!, muy buena pregunta, para ser sincera no tiene tantísimo tiempo como se pensaría, entré a este mundo hace un año y medio, tenía 22 años cuando tomé la decisión de entrar a la plataforma.

Entrevistadora: Si es poco tiempo, pero también hay que reconocer que durante ese tiempo has logrado consolidarte en OnlyFans, cuando iniciaste en la plataforma ¿Invertiste económicamente para poder abrir la plataforma? Y ¿Ocupaste de algún apoyo extra como maquillista, fotógrafo, o algún otro?

Entrevistada: Fíjate que paso algo chistoso porque tuve que gastar una parte de mis ahorros para poder invertir en mí, mi amiga me decía que cuando inicias necesitas invertir en maquillaje, un poco de lencería, uñas para poder gustarle a los clientes y eso fue lo que hice, inclusive mi familia me preguntaba el por qué me había arreglado tanto, yo solo les decía que en mi trabajo era necesario ir muy arreglada; pero bueno básicamente solo gaste en eso y también para que me ayudaran a promocionar la página. Por eso no pude pagarle a un fotógrafo o algo más profesional. También algo que hacía al inicio era ser modelo de chavas que ponían uñas, extensiones o pestañas, eso me ayudó mucho a no pagar y gastar el dinero que aún no tenía.

Entrevistadora: Creo que eso de la imagen es lo más importante porque obtienes suscriptores a través de lo visual, me imagino que conforme vas creciendo en seguidores y en demanda de contenido se te complico administrarte, ¿Necesitaste de ayuda para administrar tus recursos económicos, fechas de la creación de contenido, horarios o similares?

Entrevistada: Realmente si tuve un crecimiento muy grande en la plataforma, no al grado de Karely Ruíz pero siento que voy aunque sea a un cuarto de lo que ella es, pero respondiendo a tu pregunta en realidad no, yo sola lo hago es una actividad a la que le dedico el 100% de mi tiempo, al inicio si quería contratar a alguien pero no creo que me alcance para pagarle, posteriormente en un futuro pueda contratar a alguien así, solamente si ya no es mucho. Lo único que sí tengo fijo es la persona que me pone las extensiones, las uñas y pestañas, a ellas si las frecuento y ya tiene una organización de mis citas, con ellas me he de gastar un aproximado de 9,000 y tampoco es que sea tan seguido para serte sincera. Hay ocasiones en que canceló o postergo mis citas porque no me fue bien con mis ingresos.

Entrevistadora: Eso significa que todas tus ganancias son para ti, y bueno para las personas que te ayudan con tu imagen, ¿cierto?

Entrevistada: Así es, realmente para controlar todo lo que gano y así nadie me ayuda solo pago los servicios extra para verme bonita para las fotos.

Entrevistadora: Muy bien, entonces podrías darme un estimado de ¿Cuánto es lo que estás percibiendo, es decir, tus ganancias?

Entrevistada: Bueno es que tengo dos maneras de ganar dinero, una es a través de la plataforma de Only y la otra con esos “trabajos especiales” de los que te comentaba.

Entrevistadora: En ese caso podrías darme el aproximado de cada una, es decir, por un lado lo que ganas en Only y por otro lo que estas ganado con esos “trabajos especiales”.

Entrevistada: Claro, pues mira en Only realmente no gano tanto como quisiera, siendo realista esto solamente lo podrías tomar como una simple distracción y si realmente quieres vivir de esto se deben sacrificar muchísimas cosas como perder dinero en los primeros meses, inclusive años, también a entender que no te van a llegar los suscriptores como si fueran agua, van a tardar porque todos buscan contenido y características muy diferentes en una mujer, pero bueno aquí estoy percibiendo 20,000 pesos al mes, sin contar lo que te descuenta Only, si te das cuenta con eso no te alcanza para poder tener una vida de lujos como la que tiene AriGameplays o la misma Karely, por eso yo tuve que buscar esta otra forma de tener

más ingresos y bueno en este sentido ya varea mucho lo que llegue a ganar porque no siempre vendes la misma cantidad de fotos y vídeos o videollamadas, también me va mejor cuando quedo de verme con algún cliente porque debo admitir algo, y es que para tener estos encuentros ya cobro más caro de lo normal, uno de mis pensamientos fundamentales es que si puede pagar los 2,000 o 3,000 que le voy a cobrar por unas horas significa que tiene el dinero para poder cuidarse como comprar condones y así; bueno al final del mes un aproximado de lo que sale de estos trabajos diría que son 30,000 pesos aproximadamente, la verdad las fotos y vídeos, también las videollamadas no salen nada baratas, bueno mis precios son caros pero los hombres lo pagan con tal de tener unos minutos de placer aunque sea de manera virtual o fotos y vídeos que sean a su gusto, porque si me he dado cuenta que la sociedad está bien torcida y tiene gustos muy raros, hay clientes que me piden posiciones o disfraces muy extraños y que llegan a pagar 2,000 pesos por cada foto con tal de que sea como ellos me lo indican. Así que si hago un conteo general de lo que gano mínimo y cuando me va mal diría que mi ingreso es de 40,000 pesos al mes.

Entrevistadora: Es muy sorprendente esto que me mencionas, debe de ser mucha el ansia por conseguir estos acercamientos o tener un mínimo encuentro para poder pagar tantísimo dinero por algo que sea a tu gusto, y ¿Tu cómo te sientes respecto a que algunos hombres tengan ese tipo de contenido en su teléfono o algún otro dispositivo?

Entrevistada: Pues no me siento mal, es algo que hago por gusto y si muchos ven mis fotos en redes sociales sin pagar porque no hacerlo a través de esta plataforma que además de verme también me paga, siendo sincera en este mundo todos te observan y te morbosean así que prefiero que lo sigan haciendo pero llenando mi cartera de dinero.

Entrevistadora: Ante esto que mencionas me gustaría preguntarte si con todo lo que inviertes y ¿Te sientes como una emprendedora y para ti que es ser una emprendedora?

Entrevistada: Pues para comenzar, sí, porque esto es un negocio, básicamente yo soy mi propia jefa, me impongo los horarios, hago mi agenda de trabajo, y todas esas

cosas, así que es un sí. Y para mí ser emprendedora significa trabajar para ti mismo, que las ganancias que obtengas sean para ti y tus empleados, en el caso de que tengas algunos, pero si no es tu sustento económico por medio de ti, de tus ideas, de tu negocio, y para mí vender fotos de mi cuerpo es un negocio que me ha dejado mucho, y también experiencias positivas y negativas, así como aprender a ser más sigilosa porque mis padres no saben de esto y si se enteraran me lincharían son sumamente religiosos.

Entrevistadora: ¿En serio tus padres no saben? ¿Cuál crees que sería su reacción si se enteraran?

Entrevistada: ¡Uyy no!, yo creo que me correrían, para ellos exhibir el cuerpo para el placer de otros es un total pecado y no aceptarían para nada que su hija hiciera esto por eso siempre he sido muy cautelosa, y la verdad si algún día se enteraran y me corrieran no me importaría me voy de su casa, esto me ha dejado ganancias muy buenas.

Entrevistadora: Bien tú me dices que si te consideras como emprendedora, pero sientes que ¿Te hace falta algo más como emprendedora?

Entrevistada: Pues, creo que solo crecer más en número de seguidores y ganancias, en un futuro sí me gustaría tener un equipo que me ayude porque estoy muy saturada, pero de ahí en fuera nada más, o bueno podría decir que tener un negocio propio que fuera otro tipo de cosas.

Entrevistadora: Muy bien, ahora me gustaría que me platicaras un poco de tu contenido el que subes a OnlyFans, también de los clientes a los que diriges tu contenido.

Entrevistada: Bueno te voy a responder esta pregunta muy breve y con lo básico no quiero ser tan explícita, ¿está bien?

Entrevistadora: Si no te preocupes, no hago la pregunta para incomodarte o exigirte, tú puedes compartirme lo que quiera o simplemente no responder.

Entrevistada: Está bien y gracias, no me incomoda pero prefiero no ser tan explícita, y bueno mi contenido es básicamente fotos en lencería y vídeos modelando esta

misma, mis clientes son muy variados pero muchos de ellos les gustan que use lencería que sea muy candente pero con poses inocentes que dejen ver que soy sumisa, y es todo lo que me gustaría decir respecto a esto.

Entrevistadora: Si no hay ningún problema y te repito me puedes compartir lo que tú quieras, la entrevista es para que me puedas compartir un poco de información que pueda ayudar a mi proyecto modular pero sin exigir. Y bueno si bien recuerdo me decías que tenías contacto con algunos de tus clientes, ¿Cierto?

Entrevistada: Muchas gracias por decirme todo eso, y espero poder ayudar con tu proyecto, y así es.

Entrevistadora: Me podrías platicar un poco de cómo han sido esos encuentros con tus clientes, si has tenido algún tipo de sentimiento por uno de ellos, también ¿Cómo te sientes en relación con todo ese contacto? Y ¿Te han tratado de alguna manera que no debieron?

Entrevistada: Pues hasta el momento mis relaciones solo han sido profesionales, no he tenido ningún tipo de sentimiento involucrado porque al final del día un trabajo que llego, hago, se termina y hasta la próxima, así que no sentimiento de por medio nunca hay, y si me preguntaras como le hago para no sentir nada, solo es pensar y repetirme que es un trabajo y te van a pagar bien. Yo resumo mi interacción con ellos como trabajo por eso nunca me ha afectado como a otras personas, y no nunca han hecho algo que yo no quiera o fuera de lo común, inclusive en eso me fijo muy bien para no meterme con cualquiera, a partir de sus fotos y mensajes me doy cuenta si acepto o no vernos en persona.

Entrevistadora: Muy bien, eso es interesante porque pones la relación como lo que es una interacción de trabajo. Y ¿Te has visualizado en otra actividad laboral que no sea OnlyFans? Me mencionaste que tenías en mente abrir un negocio, ¿Has pensado en cuál?

Entrevistada: Por el momento no, Only me deja mucho y gracias a esta plataforma he tenido el contacto con otras personas para poder hacer contenido personal o visitas presenciales, entonces por el momento no he pensado en conseguir otro trabajo así estoy bien. Y si es un plan que tengo pero muy a futuro, por ahora solo

quiero disfrutar ese dinero que me gano y ya después veremos si puedo poner un negocio, pero de ser así me gustaría que fuera de repostería o comida.

Entrevistadora: Muy bien, es algo que tienes a muy largo plazo pero espero que lo puedas lograr, te deseo lo mejor con tu futuro negocio. Bien, yo ya he terminado con todo lo que quería preguntarte, ¿A ti te gustaría agregar algo más?

Entrevistada: Solo dejar en claro que aunque parezca que me estoy prostituyendo, esto no es así, yo escojo mis clientes y con quienes me meto sexualmente o no por eso no me siento como una prostituta, más bien soy una acompañante para aquellos que no tienen con quien estar. Y agradecerte por considerarme como objeto de estudio en tu trabajo final, te deseo que te vaya bien y éxito con lo que sigue.

Entrevistadora: Gracias por tu aportación final, y por resaltar este punto que era importante, asimismo te doy las gracias por atender a esta Entrevista, y recordándote que no haremos uso indebido de tu información, solo será para un fin académico.