



**Mercantilización de las emociones, trabajo flexible y producción de subjetividades en el  
modelaje webcam.**

Ernesto de Jesús Solano León

Trabajo de grado presentado para optar al título de Magíster en Psicología

Asesor

Mauricio Hernando Bedoya Hernández, Doctor (PhD) en Ciencias Sociales

Universidad de Antioquia  
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas  
Maestría en Psicología  
Medellín, Antioquia, Colombia  
2022

---

Cita	(Solano León, 2022)
Referencia	Solano León, Ernesto. (2022). Mercantilización de las emociones, trabajo flexible y producción de subjetividad en el modelaje webcam [Tesis de maestría]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
Estilo APA 7 (2020)	

---



Maestría en Psicología, Cohorte V.

Grupo de Investigación Psicología, Sociedad y Subjetividades (GIPSYS).

Centro de Investigaciones Sociales y Humanas (CISH).



CRAI María Teresa Uribe (Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - [www.udea.edu.co](http://www.udea.edu.co)

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

## Agradecimientos

A Caroline, Melissa, Sara, Ana María y Charles, protagonistas de este trabajo investigativo.

A Edward Chávez, Paola Jiménez y Ricardo Mejía, quienes trabajamos mano a mano en varios momentos de la elaboración de nuestros informes finales. Y a Paula Molina por acompañarnos en ese proceso.

A Alejandro Cruz y Esteban Rincón.

A Jorge Iván Escobar

A Johny Villada y el comité de maestría por la gestión del tiempo necesario para finalizar el trabajo en la contingencia por la pandemia de Covid 19.

A Orlando Arroyave, por sugerirme el trabajo de Eva Illouz y mostrarme la existencia de la teoría constructivista de las emociones, momento que determinó uno de los giros conceptuales más importantes de este trabajo.

A Mauricio Arango y Luz Adriana Muñoz Duque, por anticiparse a nuestras reales necesidades de aprendizaje para la investigación cualitativa en el seminario de línea.

A Mauricio Bedoya Hernández, por sus observaciones clave para pensar los asuntos más importantes del trabajo y subjetividad, en especial el problema de la gubernamentalidad y la subjetivación.

Al Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales y a Sebastián Pérez Sepúlveda por redireccionarme a referentes y líneas de pensamiento de actual relevancia para pensar el problema del trabajo en el neoliberalismo y en las condiciones de posibilidad del poder colectivo en las economías digitales. A Alejandro Sztulwark por su explicación concreta del neoliberalismo como un afectivismo, y de la acción colectiva como la potencia de existir.

A mis padres, Ernesto Solano Forero y Nelly León Caballero.

¡Gracias!

---

## Tabla de contenido

Resumen .....	9
Abstract .....	10
Introducción .....	11
1. Planteamiento del problema.....	14
1.1. Pregunta de investigación.....	20
2. Objetivos .....	21
2.1. Objetivo general .....	21
2.2. Objetivos específicos.....	21
3. Referente teórico.....	22
3.1. La mercantilización de las emociones.....	23
3.1.1. Teoría constructivista de las emociones.....	23
3.1.2. La mercantilización de las emociones y la producción de emodities.....	26
3.1.3. El trabajo emocional.....	30
3.2. Trabajo flexible .....	36
3.2.1. El giro neoliberal de los mercados del trabajo .....	36
3.2.1.1. Posfordismo, flexibilización y trabajo .....	39
3.2.1.2. Precariedad, precarización y condición precaria en el trabajo.....	41
3.2.2. Capitalismo de plataformas y Gig Economy.....	44
3.3. Neoliberalismo como racionalidad de gobierno y producción de subjetividad .....	50
3.3.1. Noción de subjetividad y gubernamentalidad neoliberal .....	50
3.3.2. El empresario de sí mismo .....	56
3.3.3. Psicoindustrias, psicociencias y positividad en el trabajo.....	60
3.3.4. La capitalización de la autenticidad: subjetivismo expresivo y marca personal .....	64

---

3.3.5. Comentario con respecto al cuerpo en la producción de subjetividad en el neoliberalismo.....	69
3.4. Modelaje webcam (o <i>camming</i> ) .....	78
3.4.1. Las emociones .....	79
3.4.2. El trabajo .....	81
3.4.3. La subjetividad .....	83
4. Metodología .....	86
4.1. Enfoque: cualitativo .....	86
4.2. Método: interaccionismo simbólico .....	86
4.3. Técnicas de recolección de datos .....	87
4.4. Participantes .....	88
4.5. Consideraciones éticas .....	90
4.5.1. Inclusividad del lenguaje.....	92
4.6. Plan de análisis .....	92
4.6.1. Construcción de conceptos.....	92
4.6.2. Codificación .....	93
4.6.3. Microanálisis .....	94
4.6.4. Memos analíticos.....	94
4.6.5. Gestión informática de los datos .....	95
4.6.6. Ruta procedimental y analítica de cara a los objetivos .....	95
5. Hallazgos.....	101
5.1. Interacción con los usuarios: la sala y la administración de las emociones. ....	102
5.1.1. Intérpretes de los deseos del usuario .....	104
5.1.2. Pongo cara bonita y ya porque es mi trabajo: escenarios emocionales.....	108
5.1.2.1. Construcción de los escenarios emocionales .....	110
5.1.2.2. Escenarios emocionales de noviazgo .....	113

---

5.1.2.3.	Escenarios emocionales fetichistas .....	117
5.1.3.	Tienes que armar tu sala: Diseñadores y diseñadoras de experiencias relacionales 121	
5.1.4.	Discusión.....	127
5.2.	Interacción consigo mismos: personaje y cuerpo.....	135
5.2.1.	El producto eres tú mismo: producción del personaje .....	136
5.2.2.	Empecé a quererme, empecé a conocerme: reproducción del personaje .....	140
5.2.3.	Discusión.....	148
5.3.	Interacción con los estudios webcam: agonística modelo-estudio.....	151
5.3.1.	El estudio empleador:.....	153
5.3.1.1.	Nosotros no tenemos esos privilegios: sobre los arreglos laborales .....	153
5.3.1.2.	Supervisiones duras y blandas: la interiorización de las metas. ....	158
5.3.2.	La/el modelo empresaria/o .....	160
5.3.2.1.	Como vender dulces en la calle: Autonomía-flexibilidad del trabajo webcam 160	
5.3.2.2.	Busca cómo hacer: Costos de manejo de la incertidumbre.....	164
5.3.3.	Discusión.....	171
5.4.	Interacción con el mundo exterior: negociación del estigma .....	173
5.4.1.	Cómo y por qué se llega al modelaje webcam: ruta laboral webcam .....	174
5.4.2.	Estabilidad y apertura al futuro: Capacidad de construir. ....	176
5.4.3.	El problema es si la gente está dispuesta a aceptarlo: devaluación del estigma ....	180
5.4.4.	Discusión.....	185
6.	Conclusiones.....	189
	Referencias.....	194
	Anexos.....	206

---

**Lista de tablas**

**Tabla 1.** Ideales modernos reforzados por las industrias de producción de emodities (Illouz, 2019a).....28

**Tabla 2.** Prácticas de la gubernamentalidad sobre la relación consigo mismo en Nikolas Rose (1996) .....54

---

## Lista de figuras

<b>Figura 1</b> Modelo conceptual de trabajo emocional en Hochschild (1979). .....	33
<b>Figura 2</b> Modelo conceptual de trabajo emocional en la tendencia organizacional (Gracia et al., 2014).....	35
<b>Figura 3</b> Tipos de plataformas digitales identificadas por la OIT (2021). .....	47
<b>Figura 4</b> Esquema de muestreo de participantes .....	89
<b>Figura 5</b> Sistema categorial general .....	101
<b>Figura 6</b> Sistema de subcategorías de Interacción con usuarios .....	103
<b>Figura 7</b> Sistema de subcategorías de Interacción consigo mismo .....	136
<b>Figura 8</b> Sistema de subcategorías Interacción con los estudios webcam .....	152
<b>Figura 9</b> Sistema de subcategorías Interacción con el mundo exterior .....	173



## Resumen

El modelaje webcam es una forma de trabajo sexual que se diferencia de otras por la mediación por plataformas digitales, en la que confluyen las transformaciones conjuntas de la mercantilización de las emociones en el capitalismo, el trabajo flexible en la economía digital y la subjetivación neoliberal. Se planteó como propósito comprender la experiencia de las emociones, la configuración del trabajo y la producción de subjetividad en cinco modelos webcam de acuerdo con los significados que emergen en su interacción con los usuarios, consigo mismos, con los estudios webcam y con su entorno cercano familiar. Con un diseño cualitativo basado en el interaccionismo simbólico con cinco participantes modelos webcam de Medellín y el Área Metropolitana, se realizaron entrevistas cualitativas y un grupo de discusión, organizadas a través de codificación abierta, axial y selectiva, y analizadas abductivamente frente al referente teórico seleccionado. Se encontró que la experiencia de las emociones está marcada por una reconstrucción de los patrones de respuesta emocional frente a las normas imaginadas y mercantilizadas de la interacción social con el usuario. A su vez, el modelaje webcam requiere de la aparición de prácticas sobre el cuerpo que moldean la experiencia de sí mismo en torno a ideales de autenticidad y de salud mental positiva, a través de la producción y reproducción de un personaje que representa al o la modelo en el espacio social digital. También se propone entender la relación modelo-estudio como una agonística dentro de un terreno de regulaciones inciertas en el cual coinciden las estrategias de los estudios por regularizar el trabajo de modelos y la autonomía y flexibilidad que estos prefieren. El cuerpo se puede entender como un punto de resistencia frente al ideal de rendimiento ilimitado, pero sobre el que se vuelcan ideales modernos de salud mental y belleza. Por último, se analiza cómo el modelaje webcam produce una reducción de la experiencia de precarización en comparación con otros trabajos a los que los participantes han tenido acceso, y cómo la capacidad de construir que esto permite les ayuda a resignificar el estigma que pesa sobre la labor.

*Palabras clave:* camming, gig economy, trabajo emocional, neoliberalismo, subjetividades contemporáneas, precarización del trabajo.

---

### Abstract

Webcam modelling is a form of sex work exclusively mediated by digital platforms that allows us to understand the joint transformations of the commodification of emotions in capitalism, flexible work in the digital economy and neoliberal subjectivation. The aim was to understand the experience of emotions, the configuration of work and the production of subjectivity in five webcam models according to the meanings that emerge in their interaction with users, with themselves, with webcam studios and with their close family environment. With a qualitative design based on symbolic interactionism with five webcam models from Medellín and the Metropolitan Area, qualitative interviews and a focus group discussion were conducted, generating narratives that were carefully analysed through coding. It was found that the experience of emotions is marked by a reconstruction of patterns of emotional response to the imagined and commodified norms of social interaction with the user. In turn, webcam modelling requires the emergence of body practices that shape the experience of self around ideals of authenticity and positive mental health. It is also proposed to understand the model-studio relationship as an agonistic one within a loosely regulated terrain in which the studios' strategies to regularize the work of models and the self-flexibility they prefer coincide. The body can be understood as a point of resistance to the ideal of unlimited performance. Finally, we analyze how webcam modelling produces a reduction in the experience of precariousness compared to other jobs to which the participants have had access, and how the capacity to construct that this allows helps them to signify the stigma attached to the work.

*Keywords:* camming, gig economy, emotional labor, neoliberalism, contemporary subjectivities, precariousness of work.

---

## Introducción

Esta investigación se desarrolló en el marco de la quinta cohorte de la Maestría en Psicología, enmarcada en el direccionamiento temático y metodológico del Grupo de Investigación en Psicología, Sociedad y Subjetividades (GIPSYS), adscrito la Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Antioquia. Como objetivo, se planteó comprender la articulación entre experiencia emocional, configuraciones laborales y producción de subjetividad en cinco modelos webcam de Medellín y el Área Metropolitana.

Contrario a lo que podría pensarse, el modelaje webcam o camming, aun cuando es una práctica de trabajo relativamente nueva en la que confluyen trabajo sexual y plataformas digitales, no es una temática inexplorada. Por el contrario, ha sido objeto de interés explosivo durante la última década por investigadores en ciencias sociales, sociología, estudios de género y economía moral a lo largo de todo el mundo. Esta producción ha permitido identificar que, incluso dado el carácter globalizado que implica desempeñar un oficio a través de una plataforma digital, las variaciones geográficas en lo que respecta a experiencias, calidad de vida y condiciones laborales pueden llegar a ser altamente variables.

Colombia es, en la actualidad, uno de los epicentros de crecimiento de la industria webcam en el mundo, siendo según la literatura gris el segundo país de mayor crecimiento. La reserva de los actores globales de la industria sobre la provisión de datos abiertos sobre la actividad conlleva a significativas dificultades para obtener estadísticas oficiales, pero se estima que esta industria emplea alrededor de 150.000 personas entre modelos y personal administrativo y de apoyo, y 5000 estudios webcam a lo largo del territorio colombiano (Revista Forbes, 2022). El perfil de quienes ingresan a esta actividad son personas jóvenes anteriormente en empleos informales o de baja cualificación, o con dificultades para el acceso al trabajo formalizado, educación y elaboración de proyectos de vida. Esto demuestra que Colombia y Medellín constituyen entornos privilegiados para la producción de conocimiento sobre este oficio, más allá de las posibles reservas que puedan existir en la comunidad académica sobre su importancia.

Si bien existe producción académica sobre la temática en el país, persisten importantes dimensiones inexploradas. En particular, escogimos como categorías iniciales las emociones, trabajo y subjetividad por tres razones. Por un lado, porque el modelaje webcam puede contextualizarse en las transformaciones del capitalismo con respecto a la emergencia de las

economías emocionales. Por otro, porque confluyen en el camming aspectos relevantes para comprender las configuraciones contemporáneas laborales, tales como la precarización, la flexibilización y la plataformización digital del trabajo humano. Por último, porque puede aportar respuestas sobre la producción de subjetividades contemporáneas en el contexto cultural y discursivo del neoliberalismo. Con esto se busca aportar una perspectiva crítica y ampliada frente aquellos estudios que se limitan a estudiarlo dentro del ámbito específico del trabajo sexual o como un asunto de género.

Es indispensable aclarar que el interés por el fenómeno surge a partir de la inserción personal en la industria webcam con el cargo de monitor durante los dos años previos al inicio de la maestría, rol que se caracteriza por la responsabilidad sobre el entrenamiento, supervisión, dirección artística y soporte emocional de las personas que eligen ingresar al modelaje webcam. El contacto directo y activo con los múltiples e intrincados procesos simbólicos que tienen lugar en las personas que se inician en el modelaje webcam, con las transformaciones que experimentan en muchas aristas de su relación consigo mismas, las vulnerabilidades que les son inherentes y el convencimiento de que es importante visibilizar esta realidad, constituyeron para el investigador principal motivantes de peso para retirarse de esta industria, reconectar con un proyecto de vida investigativo, y apostar por una perspectiva desde afuera para la construcción de conocimiento tan libre como fuera posible de conflictos de interés. Adoptamos así la siguiente expresión de Bourdieu (2008): al tomar por objeto un mundo social en que el investigador se encuentra incluido, éste se halla frente al desafío de integrar aquello que no se puede saber a menos que uno lo esté, y todo aquello que no se puede o se quiere saber porque uno lo está.

Teniendo en cuenta estas consideraciones, se tomaron como referentes teóricos varias líneas de pensamiento que permitieran partir de un posición sobre la naturaleza de las emociones, una controvertida noción frente a la cual se adoptó una combinación de la perspectiva constructivista (Feldman-Barrett & Russell, 2014) y neoestoica (Nussbaum, 2008, 2014) para poder comprender el proceso de mercantilización de las emociones en el capitalismo neoliberal (Illouz, 2019a) a la vez que la contraparte de este proceso en la experiencia del trabajador contemporáneo, el trabajo emocional. Éste consiste en los esfuerzos individuales que se realizan para acomodar las propias experiencias emocionales a una regla implícita acerca de qué emociones son apropiadas para contextos sociales concretos, y que en los entornos laborales está asociado a las operaciones necesarias para promover el consumo (Grandey & Sayre, 2019; Hochschild, 2008a). Igualmente,

se buscó entender el contexto de transformaciones del mundo del trabajo que se reflejan en el proceso de flexibilización y precarización del trabajo en términos del giro neoliberal (Laval, 2020; Laval & Dardot, 2013) y el capitalismo de plataformas (Liang et al., 2022).

Por último, se adoptó la perspectiva de la subjetivación y la gubernamentalidad (Foucault, 1982, 2007) para comprender cómo por lo menos tres de los ideales contemporáneos neoliberales fundamentan los procesos de producción de subjetividad en los participantes: el empresario de sí mismo (Du Gay, 1996a; Rose, 1989), la positividad emocional (Bedoya-Hernández, 2018; Cabanas & Illouz, 2019) y la autenticidad (Honneth, 2004; Illouz, 2019b; C. Taylor, 1994).

A nivel metodológico, se optó por el enfoque cualitativo, asumiendo como diseño la corriente del interaccionismo simbólico, desarrollando entrevistas cualitativas con cinco participantes (cuatro mujeres y un hombre), y utilizando un cuidadoso procedimiento de codificación y organización temática basado en cuatro entornos específicos de interacción social. La conversación con estos cinco participantes permitió identificar la articulación de emoción, trabajo y subjetividad en esas cuatro esferas: La interacción con los usuarios, la interacción consigo mismos, la interacción con los estudios y la relación con el mundo exterior. Como resultados principales, se puede hablar de una tensión permanente entre lo que se percibe como norma basada en el mercado y las preferencias o deseos personales, tensión que se expresa de forma significativa en la experiencia de las emociones, entendible parcialmente por medio del concepto de trabajo emocional (Grandey & Sayre, 2019; Hochschild, 1983) y en la búsqueda de autenticidad (por medio de la producción del personaje). La trayectoria de aprendizaje en el modelaje webcam implica la adquisición de rutinas que no sólo tienen como objetivo mantener el cuerpo y la mente aptos y deseables para el mercado representado por los clientes, sino también mantener integridad psicológica y sostener un sentimiento de amor propio y autocuidado. Aparte, también se observa que hay un enfrentamiento permanente entre las reglas de los estudios y la autonomía percibida de modelos webcam, al existir cierta vaguedad sobre las regulaciones o derechos en cuanto a la naturaleza de la relación laboral, que coexiste con una tendencia a significar el trabajo no en términos de una subordinación sino como propio y para sí mismo. Se espera que los presentes resultados permitan establecer claridades y nuevos rumbos de indagación respecto a la cuestión laboral y la subjetividad en este oficio, y proponer elementos para el abordaje de los mismos temas en otros trabajos con características similares.

## 1. Planteamiento del problema

Las realidades laborales en el mundo contemporáneo están marcadas por un proceso acelerado de transformación en el que confluyen condiciones socioculturales, tecnológicas y políticas. El campo de estudio sobre los fenómenos comprendidos en esta transformación tiene una amplitud considerable, abarcando no sólo cómo los individuos se adaptan a las nuevas condiciones, sino cómo emergen de manera incesante nuevas actividades productivas, configuraciones contractuales y, por lo tanto, marcos característicos con los que, como trabajadores, interpretan el mundo, entienden y perciben su propia existencia a partir del trabajo. Estos cambios acelerados, principalmente impulsados por la tercera y cuarta revolución digital y las reformas laborales neoliberales esbozan un entorno con múltiples aristas entre las cuales pueden diferenciarse tres: el proceso de mercantilización de las emociones, la sinergia entre el ascenso de la política económica neoliberal y la transformación digital, y la producción de nuevas subjetividades laborales.

En primer lugar, hablar del proceso de mercantilización de las emociones implica ocuparse de comprender cómo el esquema de producción capitalista muta a través de incorporar la producción de bienes inmateriales a un sistema que previamente se basaba únicamente en la producción de manufacturas (Lazzarato, 1996). Esto implica la objetivación de los productos informacionales y las experiencias emocionales como cosas que pueden ser tanto producidas como comercializadas; este contexto es la condición para la emergencia de grandes industrias destinadas a la fabricación de emodities (commodities o mercancías emocionales), productos y servicios cuyo valor de uso radica total o parcialmente en las emociones que generan (Illouz, 2019a). Como consecuencia, se produce una proliferación y diversificación considerable de los empleos cuya producción de valor se basa en las operaciones que los trabajadores deben realizar con sus emociones para producir estas mercancías emocionales, lo que se entiende con el concepto de trabajo emocional (Hochschild, 2008a) y trabajo afectivo (Hardt, 1999; Hardt & Negri, 2004).

En segundo lugar, la confluencia entre el giro neoliberal de los mercados laborales y la emergencia del capitalismo de plataformas. Este giro se articula en una serie de transformaciones de las políticas sociales y económicas a nivel global que afectan profundamente el pacto capital-trabajo, suponiendo una reducción en los sistemas de aseguramiento de los derechos laborales y la protección social, promoviendo vinculaciones laborales cada vez más flexibles e inestables (Sennet, 2000). Aparte, esto implica también una reformulación del papel Estado como un ente

altamente intervencionista, dirigido cada vez menos a la conservación de las garantías sociales y cada vez más a intervenir en favor del mercado, buscando crear entornos propicios para la inversión y legislando en beneficio de actores multinacionales y a la acumulación capitalista en general, a costa de acrecentar la desigualdad en la distribución de riqueza entre sector empresarial y clase trabajadora (Harvey, 2007).

Paralelamente, el incremento en las capacidades de las infraestructuras de informática y comunicaciones trae consigo la incorporación activa de la tecnología en la producción capitalista, lo que lleva a aquello que se entiende como capitalismo de plataformas, es decir, un conjunto de nuevas formas de producción y acumulación basadas enteramente en plataformas digitales y de nuevos actores multinacionales que centralizan este proceso a través de su capital tecnológico (Liang et al., 2022). Justamente, la aparición de plataformas digitales de trabajo constituye un hecho histórico que modifica el entorno general de organización del trabajo humano, un entorno donde predominan arreglos y contratos con mayor flexibilidad y menor regulación, muy eficientes para facilitar la conexión entre usuarios que demandan y trabajadores que ofrecen diversos servicios, y un alto grado control de las actividades productivas utilizando algoritmos (Organización Internacional del Trabajo, 2021); plataformas de este tipo identificadas por la OIT son las que ofrecen reparto a domicilio, microtarefas, servicios domésticos, alquiler de propiedades, vehículos con conductor, ventas minoristas y mayoristas, entre otras.

En tercer lugar, la presencia y difusión de elementos discursivos que se ven acentuados en estas particularidades de la producción capitalista y que se manifiestan en prácticas que los trabajadores realizan sobre sí mismos. Los efectos de la configuración cultural, económica y política que genera el neoliberalismo se pueden comprender desde la perspectiva de la subjetivación y la gubernamentalidad. Por subjetivación se puede entender el proceso mediante el cual el sujeto llega a ser tal, las formas particulares en que el sujeto se constituye como objeto de saber posible para sí mismo y es conducido a su autoobservación, autoanálisis, a su reconocimiento como objeto de saber posible, un sujeto cognoscente legítimo que genera una experiencia de sí (subjetividad) en el contexto de los juegos de verdad que operan en su cultura (Foucault, 1999), y que se constituye en términos de una sujeción o de formas de resistencia ante estos ensamblajes de verdad y poder (Foucault, 1982). Estas sujeciones y resistencias se manifiestan en la esfera de la ética, entendida como las prácticas que el sujeto realiza sobre sí mismo, sobre cualquier aspecto de su experiencia de sí (sus pensamientos, sus autodefiniciones, sus valoraciones, sus acciones, sus

rutinas, su cuerpo) para llegar-a-ser, tomando como referencia los ideales implícitos en esos elementos discursivos (Castro-Gómez, 2015).

La gubernamentalidad por otro lado, se refiere al proceso de conducción de la conducta del individuo a través de un control a campo abierto. Esta expresión es utilizada para describir una forma de conducir la conducta humana interviniendo sobre el entorno social de la vida cotidiana y definiendo de manera tácita sus opciones de decisión (Castro-Gómez, 2015; Foucault, 2007). En otras palabras, relaciones de poder que funcionan desde la libertad del individuo dentro de un campo delimitado. El neoliberalismo opera como una racionalidad de gobierno desde las que se define una ideología que naturaliza el mercado y la competencia, y una política que crea activamente condiciones económicas, jurídicas y políticas para optimizar el funcionamiento de este mercado (Laval, 2020). Esto implica, de acuerdo con autores como Lorey (2016), que el giro neoliberal de los mercados del trabajo puede ser entendido como una estrategia de gobierno al adelantar un proceso de precarización de la vida que ayuda a naturalizar la inseguridad, el riesgo y la permanente inestabilidad. O como se expresa en Laval y Dardot (2013), la imposición del riesgo como estilo de vida.

En particular, al hablar de ideales que están asociados a la subjetivación en el neoliberalismo, se pueden identificar tres: la empresarialidad de sí, el bienestar psicológico y la autenticidad. Sobre el primero, es creciente la literatura que identifica la empresarialidad de sí como una de las formas estereotípicas de subjetivación en el neoliberalismo, lo que lleva a los individuos a subjetivarse ante una valoración de la competencia y el incremento constante de sus capitales en todo sentido llevando a la lógica de mercado a insertarse en las prácticas de autoconducción y auto direccionamiento hasta fundamentar las éticas de los sujetos (Bedoya-Hernández, 2018; Brown, 2017; Castro-Gómez, 2015; Laval & Dardot, 2013). El segundo de estos ideales es el compuesto por el bienestar psicológico y la felicidad, que direcciona las formas mediante las cuales el individuo adopta discursos de la psicología positiva y las “emodities” (mercancías emocionales) producidas por las psico-industrias para relacionarse con su propia interioridad y buscar un estado de positividad emocional para adaptarse a las condiciones del trabajo precario (Cabanas & Illouz, 2019). El tercero es el constructo moderno de la autenticidad, que lleva al individuo a problematizar el ser-sí-mismo en sus acciones y asumir las emociones como verdad epistémica (Honneth, 2004; Illouz, 2019b; C. Taylor, 1994). Estos tres ideales subjetivantes se encuentran presentes de manera creciente en los entornos de trabajo contemporáneos, moldeando el proceso de construcción de



subjetividad de los trabajadores, principalmente a través de prácticas organizacionales como la gestión de la propia imagen personal, el empoderamiento, el articularse hacia proyectos propios o formación constante, privilegiar los cambios o saltos de carrera, asimilar la incertidumbre, popularizar la autoayuda y el cultivo de la inteligencia emocional, y asociar el éxito profesional con “ser uno mismo” en el entorno de trabajo.

Teniendo en cuenta lo anterior, es decir, el proceso de mercantilización de las emociones, la transformación del mercado del trabajo a través de la política-económica neoliberal y la revolución digital, y la subjetivación neoliberal basada en la empresariedad de sí mismo, el bienestar psicológico y la autenticidad confluyen en los trabajos flexibles y digitales de las industrias que producen experiencias emocionales. En particular, el modelaje webcam se posiciona, de acuerdo con la expansiva evidencia reciente sobre este oficio, como un terreno fértil para comprender la articulación de estas tres dimensiones de la transformación del trabajo en el capitalismo desde la experiencia del sujeto trabajador.

El modelaje webcam ha sido definido como un trabajo sexual que se basa en la transmisión vía streaming de actos eróticos y sexuales como strip tease o autoestimulación a través de una cámara web, destinada hacia usuarios que pueden verles a cambio de una compensación económica ya sea a través de tokens (moneda única de cada plataforma, equivalente a dinero real), o de tiempo pagado por minuto en la sala privada del o la modelo webcam, y que se desempeña en un entorno con regulaciones inexistentes o en construcción que determinan su informalidad o ilegalidad de país en país (Henry & Farvid, 2017). Entre las formas de sexo comercial, se diferencia por ser totalmente digital, y realizar el contacto y los intercambios sexuales a través de una plataforma digital que permite una experiencia aumentada por el vídeo interactivo en vivo (Tibbals, 2016).

Durante los últimos 5 años, el interés por el modelaje webcam se ha intensificado, a juzgar por el número de estudios dirigidos a describir diversas aristas de esta forma de trabajo. Dentro de esta producción, aspectos como la experiencia de las emociones en el trabajo webcam, han sido estudiados desde perspectivas contradictorias entre sí. El concepto de trabajo emocional y de normas emocionales es abordado por Orduz-Ramos (2021), resaltando que en el modelaje webcam se debe mantener una apariencia atrayente y disposición a entablar relaciones afectivas y significativas. Aparte de ello, las trabajadoras hacen esfuerzos por transformar su experiencia emocional hacia estados favorables al establecimiento de relaciones significativas simuladas con los usuarios.

Igualmente, un conjunto de estudios en Filipinas (Cruz & Sajo, 2015a, 2015b; Sajo, 2015), utiliza el concepto de “afectos tácticos”, con el cual se pone de relieve que el trabajo webcam todo el tiempo se encuentra en función de generar efectos afectivos sobre los usuarios. Entre estos, el estudio de casos presentado por Angela Jones (2020) señala que quienes ejercen este trabajo no sólo simulan experimentar disfrute sino que pueden derivar experiencias auténticas de placer. Esto se profundiza en investigaciones de la autora en las que señala cómo el carácter digital del trabajo crea un entorno seguro donde las trabajadoras reformulan su relación con su corporalidad y sexualidad (Jones, 2016), a la vez que un proceso de empoderamiento y aceptación de sus particularidades corporales que desafía las concepciones hegemónicas del cuerpo femenino (Jones, 2018).

Otro conjunto de hallazgos se ha enfocado sobre las configuraciones laborales. Aunque el problema específico de las filiaciones, arreglos y garantías laborales ha sido poco estudiado, sí hay exploraciones acerca de la forma en que es organizado y dispuesto a partir de la flexibilidad relacionada con su naturaleza digital. Aparte, también es de destacar que el modelaje webcam, aunque se desempeña a través de plataformas digitales, debido a razones sin esclarecer, está fuera de los estudios dirigidos a estas economías (Por ejemplo, en OIT, 2021). También tiene características que lo diferencian de otros sectores de la economía digital debido a la mediación de actores intermedios entre trabajadores y plataformas, tales como los estudios webcam de Colombia y Rumania (Orduz-Ramos, 2017, 2021; Rivera, 2018), o los Cybesex Dens en Filipinas (Cruz & Sajo, 2015a; Mathews, 2017), que compensan la baja capacidad adquisitiva y acceso a tecnología que los trabajadores y trabajadores webcam tienen en estos países, establecen con ellos contratos con diversos niveles de informalidad y que pueden proveer orientación, información y entrenamiento para realizar el oficio. Dentro de los aspectos laborales, también se examina cómo las plataformas indirectamente actúan constituyéndose como un entorno con una “incertidumbre diseñada” frente a la cual los modelos refuerzan creencias que privilegian la constancia, la innovación y el uso de estrategias competitivas para destacar frente a los demás modelos (Van Doorn & Velthuis, 2018).

Considerando el estado del conocimiento, es necesario recalcar que la forma como los trabajadores y trabajadoras webcam generan ciertos aspectos de su subjetividad, en términos de significados y prácticas en torno a sí mismos, también atraviesa la investigación reciente. En la obra de Jones se muestra cómo el modelaje webcam lleva a una valoración de la autonomía en la

medida en que las modelos estudiadas se entienden como empresarias del placer, a generar agencia laboral y sexual sobre sí, pero también a una normalización e individualización del riesgo en la ocupación (Jones, 2016).

Teniendo como contexto las transformaciones del capitalismo y su impacto en el trabajo humano, y las investigaciones recientes sobre estos aspectos en el modelaje webcam, se busca realizar una exploración de los aspectos relacionados con las emociones y la subjetividad en las configuraciones laborales particulares en que trabajan modelos webcam del Área Metropolitana de Medellín, Colombia. A nivel contextual, Colombia se ubica en uno de los principales países en el desarrollo de la industria webcam en el mundo. Pese a que por el carácter desregulado del subsector no se tiene acceso a datos abiertos, se estima que la industria devenga por año alrededor de USD \$40 millones, convirtiendo a Colombia el segundo país en desarrollo de industria webcam por detrás de Rumania, e incluso podría haber presentado un crecimiento mucho mayor durante el período de pandemia (Fogging & Elliott, 2022). Otra estimación reciente define que para 2021 el ingreso fue de USD 600 millones y se asume que la incidencia de la pandemia jugó un papel importante en el aumento de la demanda del sector (Semana, 2022). Incluso una más reciente señala que produce USD 100 millones por mes (Díaz-Esguerra, 2022) Igualmente, unos pocos estudios webcam se establecen como grupos empresariales, concentran el capital y el conocimiento del subsector, asesoran a muchos estudios más pequeños e impulsan el avance de la formalización de éste (Díaz-Esguerra, 2022).

Para 2022, existen alrededor de 5.000 estudios webcam en el país, y aproximadamente 100.000 modelos para mediados de 2022 (Revista Forbes, 2022). La ciudad de Medellín se caracteriza por tener cierta centralidad en el desarrollo reciente de la industria webcam, dado que agrupa grandes actores del subsector y aproximadamente una tercera parte de modelos webcam del país, a la vez que es la sede de asociaciones gremiales como Fenalweb (Caracol Radio Medellín, 2020).

Esta investigación se justifica, en primer lugar, debido a la relevancia del contexto. Medellín, debido a su representatividad en la incidencia de esta forma de trabajo, es un campo propicio para producir evidencia que permita comparar los detalles de la experiencia de modelos webcam en comparación con los estudios producidos en otros contextos. Igualmente puede aportar a visibilizar los trabajos emocionales y basados en plataformas, a través de un acercamiento a la experiencia del trabajador dentro de los sistemas de producción digital-emocional. Se prevé,

además, la posibilidad de ampliar lo que se conoce sobre aspectos poco explorados de esta forma de trabajo, en particular sus aspectos sociales, en un enfoque alternativo a los predominantes centrados en la interacción con el usuario, la sexualidad y el género. Por último, esta se circunscribe a nivel disciplinar dentro de los estudios en psicología crítica del trabajo (García-Ramos et al., 2013), y busca ampliar el estado del conocimiento en torno a la subjetividad y relaciones de poder con el objetivo de aportar a la crítica de la cuestión laboral en la actualidad. De esta manera, contribuir a generar elementos que sirvan para la acción política y elaboración de políticas públicas en torno a esta forma de trabajo, sus necesidades e intereses.

### **1.1.Pregunta de investigación**

¿De qué manera se interrelacionan la experiencia de las emociones, la organización del trabajo y la producción de subjetividad en modelos webcam del Área Metropolitana de Medellín?

## 2. Objetivos

### 2.1. Objetivo general

Interpretar la articulación entre experiencia de las emociones, producción de subjetividad y organización del trabajo en modelos webcam de Medellín y Área Metropolitana

### 2.2. Objetivos específicos

- ❖ Identificar la forma en que se desarrolla el trabajo emocional y la mercantilización de las emociones en términos de la interacción entre modelos webcam y usuarios.
- ❖ Analizar las significaciones y prácticas que modelos webcam producen en torno a las disposiciones y condiciones laborales en que se desempeñan.
- ❖ Describir la participación de tres de los ideales neoliberales de subjetivación (empresarialidad de sí mismo, salud mental positiva y autenticidad) en la generación de prácticas de sí en modelos webcam.

### 3. Referente teórico

El presente referente teórico está estructurado de la siguiente manera. En el primer segmento, se clarifica una posición conceptual acerca del proceso de mercantilización de las emociones. Se adopta la noción constructivista de las emociones para entender cómo las transformaciones del capitalismo crean las condiciones para el consumo y producción de experiencias emocionales mediante procesos altamente estructurados, creando el contexto para la aparición y desarrollo de industrias enteras ocupadas de capitalizar estas experiencias. Esto tiene un impacto general sobre la cultura, produciendo marcos concretos en que los individuos entienden y viven sus emociones en la sociedad de consumo globalizado.

A su vez, esto se vincula con el problema del trabajo emocional, es decir, ocupaciones para las que ciertas expresiones emocionales son valoradas e incentivadas por su efectividad en la producción capitalista, y que ponen a prueba la capacidad del trabajador para ejercer autorregulación sobre sus emociones.

El segundo segmento aborda otra esfera del desarrollo del capitalismo que tiene que ver con el acelerado proceso de flexibilización del trabajo y precarización de las condiciones de vida. Este proceso ha sido acelerado tanto por la adopción de políticas neoliberales como por los avances en tecnologías informacionales. Con el surgimiento de plataformas digitales de trabajo emergen modalidades de organización laboral de cada vez mayor flexibilidad e inestabilidad, menores garantías y condiciones asociadas al trabajo formal, que también permiten a grandes empresas ejercer técnicas automatizadas de control y vigilancia de las operaciones, acentuando las desigualdades de poder entre capital y trabajo.

En tercer lugar, se busca considerar elementos para entender el efecto de estas dos dimensiones del capitalismo actual, lo emocional y lo digital-flexible, sobre las dinámicas a través de las cuales los trabajadores construyen una experiencia de sí mismos en este contexto. Entre la gran variedad de teorías posibles en torno a la subjetividad, se escoge el enfoque de la subjetivación y de la gubernamentalidad, al ser útil para profundizar en cómo los juegos de verdad y de poder en el neoliberalismo promueven modalidades concretas de relacionamiento consigo mismos, denominadas éticas desde esta perspectiva. Se examinan tres ideales modernos de la cultura capitalista altamente relevantes en la formación de estas éticas: el empresario de sí mismo, el bienestar emocional y la autenticidad.

Por último, se realiza una lectura del modelaje webcam (camming) contextualizado en las tres condiciones descritas. Las particularidades de esta ocupación que vincula emociones, plataformas digitales y la emergencia de prácticas hacia sí mismo, posibilitan comprender cómo estos tres elementos confluyen en cómo el trabajo es vivido en el neoliberalismo. Dicho segmento juega el papel de estado del arte, pero dado que la producción científica de la última década sobre esta forma de trabajo es predominantemente cualitativa, se examinarán las producciones conceptuales que más se entrelazan con las tres nociones presentadas. A su vez, se busca identificar las particularidades de la producción sobre esta temática en Colombia con el fin de proveer al lector una idea de la organización de la industria webcam en el contexto de la presente investigación.

### **3.1. La mercantilización de las emociones**

#### ***3.1.1. Teoría constructivista de las emociones***

Este aparte se escribe con el fin de clarificar una noción acerca de la naturaleza de las emociones. Según Tappolet (2016) el pensamiento en torno a las emociones puede clasificarse en al menos cuatro meta-corrientes dependiendo del papel que estas juegan en el comportamiento y la constitución moral de los individuos. De la más antigua a la más novedosa, estas serían;

A) las teorías de la sensación, de corte fisiológico y motor, basadas en el funcionalismo de William James y James Lang, en la cual la experiencia emoción es la percepción que acompaña los cambios que ocurren en el cuerpo (por ejemplo, la aceleración del pulso o el temblor que acompañan al miedo) al interactuar con el medio ambiente, considerando las predisposiciones y predisposiciones sociales (Ellsworth, 1994).

B) las teorías conativas, basadas en el pensamiento de Hume y Spinoza, en las cuales la emoción, más allá que el producto de sensaciones corporales son estados que se explican a partir de los impulsos y deseos de los agentes; las emociones tienen una dirección y unas condiciones de satisfacción (Tappolet, 2016).

C) Las teorías cognitivas, en las cuales las emociones son el producto de la actividad mental, juicios evaluativos, pensamientos o constructos racionales que conforman una predisposición a experimentar ciertos estados como reacción a ciertos eventos, de acuerdo con lo que el individuo juzgue como relevante para su bienestar (Nussbaum, 2008, 2014).

D) las teorías perceptuales, en el cual las experiencias emocionales suceden por la vía de la percepción previa al razonamiento cognitivo, pero aun pese a su no-racionalidad pueden tener propiedades evaluativas, por ejemplo, la inmediata reacción de huida y miedo ante una situación peligrosa; aun cuando algunas predisposiciones puedan ser construidas a través del pensamiento consciente (Prinz & Nichols, 2010).

En este trabajo haremos uso de una perspectiva social-construccionista, fundamentalmente basada en la teorización propuesta por la hipótesis construccionista de las emociones (Feldman-Barrett, 2017; Feldman-Barrett & Russell, 2014, 2015) y el pensamiento de Martha Nussbaum (2008, 2014): Las emociones son experiencias de alta complejidad que implican cognición, afecto, evaluación, motivación y la interpretación de estados corporales, elementos que se articulan de forma constructiva, es decir, se consolidan como estados diferenciados a lo largo de la historia individual. Implican un pensamiento o percepciones cargados de intencionalidad y dirigidos a un objeto (aspecto conativo) y algún tipo de valoración evaluativa realizada sobre éste por un agente sobre como algo relevante para su bienestar (aspecto cognitivo). Es decir, son experiencias que tienen una realidad psicológica y una fuerza motivacional. Esta valoración no siempre es lingüística ni compleja, en el sentido de involucrar procesos psicológicos superiores, y tiende a estar asociada a alguna manifestación física o corporal (aspecto sensitivo) aunque estas no son lo suficientemente consistentes como para ser signos inequívocos de tipos de emoción prototípicos (Nussbaum, 2014).

Esto implica que las experiencias emocionales que conocemos, en primer lugar, son construidas y no desencadenadas por el ambiente: no se puede asumir un esencialismo que asocie una experiencia emocional como el miedo a expresiones corporales o faciales bien diferenciadas, sino que esto se establece y, además, cambia de acuerdo con la trayectoria ontogenética del individuo (Feldman-Barrett & Russell, 2015). En segundo lugar, pasan por un proceso de conceptualización y categorización a través del cual los individuos integran tanto la percepción de sus reacciones fisiológicas interoceptivas, con el conocimiento relativo a las situaciones y relaciones sociales, de manera que el individuo construye un conjunto complejo de representaciones mentales que le permiten interpretar las emociones de los otros y las suyas propias, de la misma manera en que clasifica otros aspectos del mundo que percibe, como los colores o la conducta, y que crean un marco para la repetición de estas respuestas (Feldman-Barrett, 2006). En otras palabras, la emoción es aquello que se experimenta cuando se categoriza una instancia de sensaciones de relevancia afectiva asociadas a una situación aprendida, de manera que



las emociones funcionan a través de conceptos emocionales. Esto abre la posibilidad a experiencias emocionales que pueden ser intensas y viscerales y sin embargo no manifestar de manera simultánea reacciones fisiológicas, o expresiones faciales.

En tercer lugar, esta categorización está delimitada por la cultura y el lenguaje. Las evidencias para esto no son únicamente las diferencias idiomáticas existentes, en el sentido en que entre culturas se ha podido identificar perfiles semánticos sobre experiencias emocionales que son altamente específicas (Lindquist et al., 2015), sino que también la adecuación de las emociones a las situaciones sociales de interacción también es altamente variable de una sociedad a otra. Esto se apoya con la comprensión de Nussbaum (2014), quien señala que el carácter cognitivo de las emociones está moldeado por las circunstancias sociales concretas y las normas sociales presentes en ellas. Una evidencia para esto son las grandes diferencias a través de las cuales diversas sociedades asocian experiencias emocionales considerablemente distintas a los mismos hechos (por ejemplo, unos grupos humanos lamentan y otros celebran la muerte de un ser querido; o todas las sociedades reconocen manifestaciones de la ira, pero las normas en torno a en qué momentos y hechos es pertinente varían) (Nussbaum, 2008). Igualmente, la evidencia transcultural sobre las conceptualizaciones emocionales, hasta el momento sigue apoyando la hipótesis de variabilidad entre países y lenguajes en cuanto a los rasgos distintivos de las experiencias emocionales (Chavarría et al., 2017; Loderer et al., 2020).

Illouz, igualmente enfatiza sobre su carácter conativo, aclarando que son aspectos profundamente internalizados e irreflexivos que fundamentan la acción, que hacen parte de la constitución social y cultural de los individuos:

Lejos de ser presociales o preculturales, las emociones son significados culturales y relaciones sociales fusionados de manera inseparable, y es esa fusión lo que les confiere la capacidad de impartir energía a la acción. Lo que hace que la emoción tenga esa “energía” es el hecho de que siempre concierne al yo y a la relación del o con otros situados culturalmente (Illouz, 2007, p. 15).

El enfoque constructivista de las emociones entiende las experiencias emocionales no como predisposiciones innatas, sino como disposiciones dinámicas que los individuos generan a partir de conceptos emocionales con los que organizan la experiencia previa en el proceso de interacción

con el medio ambiente, con el fin de poder responder adecuadamente a las situaciones que requieran un comportamiento emocional, integrar las nuevas experiencias y reconocer las emociones y estados internos de los otros individuos (Feldman-Barrett, 2017).

### ***3.1.2. La mercantilización de las emociones y la producción de *emodities****

Esta comprensión de las emociones permite entender de qué manera las transformaciones conjuntas de economía y cultura desembocan en un panorama emocional específico e históricamente contingente para el capitalismo moderno y la actualidad neoliberal y que afecta de manera diferenciada a los trabajadores. Si bien las emociones humanas han sido un objeto de educación, autoconocimiento e intervención en múltiples sociedades, como la cultura japonesa (Cleary, 2007), la griega (Foucault, 1987), o la cultura confesional en el catolicismo medieval (Romero Muñoz, 2017), la experiencia emocional moderna se caracteriza por compenetrarse dentro de una serie de lógicas de racionalización en el marco de las instituciones modernas (la tecnología, la ciencia y el mercado), dando lugar a un “estilo emocional moderno” (Illouz, 2007, 2014b).

Este estilo emocional consiste en el predominio en la población general moderna de una lectura de las propias emociones no en términos de pasiones o ancladas en explicaciones religiosas, sino en términos psicológicos, como entidades que pueden buscarse activamente y vivirse de manera hedónica pero también que pueden administrarse de manera estratégica. Incluso, las emociones adquieren un estatuto epistémico y moral, la idea de que lo verdadero y correcto es lo que se siente (Illouz, 2019b). Esto es denominado por la autora como capitalismo emocional:

El capitalismo emocional es una cultura en la que las prácticas y los discursos emocionales se configuran mutuamente y producen lo que considero un amplio movimiento en el que el afecto se convierte en un aspecto esencial del comportamiento económico y en el que la vida emocional— sobre todo la de la clase media— sigue la lógica del intercambio y de las relaciones económicas [...]. Los repertorios culturales basados en el mercado configuran e informan las relaciones emocionales e interpersonales, mientras que las relaciones interpersonales se encuentran en el epicentro de las relaciones económicas (Illouz, 2007, p. 20).

El estilo emocional moderno se manifiesta a través de dos grandes desplazamientos de la cultura del capitalismo. Por un lado, el proceso de racionalización. Según Illouz (2014b), este “toma el mundo como objeto de investigación, utiliza reglas sistemáticas, independientes del sujeto de conocimiento y, por lo tanto, deslegitima el saber adquirido de un modo epifánico, tradicional o intuitivo” (p.31). Así, los aspectos pasionales se retiran de gran parte de la vida cotidiana y se trasladan hacia la esfera privada, en terrenos como el amor romántico, el arte o la sexualidad. Esto más tarde devendría en la aplicación de estos principios racionalizadores hacia la esfera de la emoción humana, en los que participa activamente la psicología.

Y por otro, la intensificación de la vida emocional: Las emociones han devenido un objeto de atención y conocimiento sumamente importante para los individuos modernos. La racionalización derivó en un crecimiento del individualismo moderno, un alejamiento entre el mundo interior y el mundo de los objetos, lo que trasladó la atención del individuo de los sistemas de referencia sociales a los proyectos e intencionalidades individuales, de manera que el yo interior privado, volcado hacia la autorrealización, se convierte en protagonista de los discursos y valores de la esfera económica y política (Illouz, 2007).

La hipótesis de la mercantilización de las emociones (o commodificación de las emociones) busca simplificar la explicación de cómo esto ocurre. Se fundamenta sobre la idea de que tanto esa racionalización como esa intensificación de la vida emocional humana son efectos de una transformación clave del sistema de producción capitalista: el establecimiento de las emociones como mercancías, es decir, la aparición de macromecanismos productivos mediante los cuales se generan emociones en forma de productos económicos, y de los micromecanismos que posibilitan que estos sean vividos como emociones y actividades emocionales (Illouz, 2019a, pp. 21-22). Estos productos, amalgama entre mercancías y experiencias, son nombrados por la autora como *emodities* (emotion + commodity, o mercancía).

En eso participa activamente la cultura del consumo y del consumidor (Du Gay & Salaman, 1992), una configuración históricamente específica del mercado en que la norma es focalizar la satisfacción del consumidor por encima de todos los demás aspectos de la producción capitalista (por ejemplo, la integridad del trabajador) en la toma de decisiones organizacionales, y lo incitan a perseguir de manera permanente cada vez más diversas e intensas experiencias emocionales, movilizandando así la acumulación capitalista (Bauman, 2015b; Illouz, 2019a). El consumo pasa de ser un proceso de satisfacción de necesidades, a una actividad performativa y simbólica cuyo

principal uso para el consumidor es materializar un sinnúmero de procesos culturales como la construcción identitaria o la producción de memoria. Aun cuando una empresa no produzca mercancías estrictamente emocionales, sí desarrolla una marca, es decir, un conjunto de símbolos y rasgos sensoriales que dota de una dimensión afectiva a sí misma y a sus productos-servicios (por ejemplo, la relación de la marca Coca-Cola con el optimismo y la felicidad), que también tiene su dimensión performativa a través de la práctica publicitaria, lo que cada vez más hace que la producción comercial sea producción afectiva y cultural (Vidal Auladell, 2014).

Aunque el trabajo sobre la hipótesis de la mercantilización de las emociones aún se encuentra en proceso de integración y desarrollo, la autora identifica tres grandes ideales culturales que orientan la producción diferenciada de tipos de emodities y sus funcionamientos estereotípicos, por lo tanto, tipos de industrias dirigidos a su producción (Tabla 1).

**Tabla 1.**

*Ideales modernos reforzados por las industrias de producción de emodities*

<b>Ideal cultural</b>	<b>Funcionamiento del emodity</b>	<b>Industrias prototípicas</b>
<b>Auténtica d emocional y liberación.</b>	Genera estados de ánimo a través de su propia naturaleza sensorial. Son valorados por su relación con el tiempo libre y su diferenciación respecto al ritmo de vida cotidiano. Genera el estado de ánimo sin necesidad de una significación previa, por lo que no depende de connotaciones artísticas o estéticas. Cuando esta existe, se presenta a modo de objetos decorativos que han sido asociados previamente con “atmósferas”.	Turismo (Alaluf, 2019). Música ambiental comercial (Schwarz, 2019). Cine (Gilon, 2019). Postales eróticas (Tel Aviv) (Kaplan, 2019).
<b>Relaciones de intimidad y emociones relacionales.</b>	Genera experiencias emocionales a través del intercambio de objetos. Está ligado al logro de relaciones concretas (amistad, amor romántico, sexualidad, filiación). Los objetos que cumplen el papel de regalos se insertan en dinámicas que reivindican el hacer parte de una unidad afectiva. Requieren una renovación ritual periódica.	Tarjetas de regalo (West, 2019)

---

<b>Salud mental, autoconocimiento, autocontrol y superación</b>	Actúa a través del imaginario de una constitución emocional ideal, lo que conlleva a la patologización de estados como la tristeza o la ansiedad y su consecuente medicalización. Incluye además todos aquellos servicios y contenidos comercializables dirigidos a transformar la propia experiencia emocional hacia un ideal de bienestar psicológico por medio de su consumo.	Psico-industrias (consejo psicológico, talleres, literatura de autoayuda, coaching, terapias new age) e industrias psicomédicas (psiquiatría, psicofarmacología) (Illouz, 2019a). Ciencia de la positividad (Cabanas & Illouz, 2019)
---	--	--

---

*Nota.* Fuente: Illouz, (2019a).

Desde esta perspectiva, estos tres sistemas de fabricación de emodities están profundamente relacionados con el estilo emocional del capitalismo (Illouz, 2019a). El ideal cultural de liberación emocional implica una búsqueda activa por parte del individuo por inducirse a sí mismo estados de ánimo concretos a través del emodity. El consumo de estos emodities permite crear recuerdos de alto valor narrativo, que pueden llegar al nivel de acontecimientos biográficos (por ejemplo, los viajes en la industria turística). Otros permiten crear atmósferas, es decir, ciertos objetos al ser utilizados generan efectos premeditados en las emociones propias o de los otros a través de una estimulación sensorial dirigida a tal efecto. Este es el caso de la decoración, la música ambiental, la literatura o el cine, independientemente de su valor estético o artístico.

El ideal cultural de relaciones de intimidad y expresión emocional también es estimulado en la producción de objetos o experiencias (regalos, tarjetas de felicitación, fiestas como el Día de la Madre o San Valentín, etc.), que reivindican formas de relacionamiento que también toman fuerza con el individualismo moderno, como el amor romántico, la amistad, o la familia, que a través de su consumo fortalecen un sentimiento de pertenencia, de hacer parte de una unidad afectiva.

El individualismo emocional— es decir, un individualismo en el que las emociones son valoradas y cultivadas por las formas en que dan expresión a la singularidad de cada individuo— es un *individualismo relacional* vinculado al logro de relaciones íntimas de varios tipos, como la amistad, el amor, la sexualidad y la intimidad (Illouz, 2019a, p. 36).

Por último, el ideal de salud mental. Hacia esto se dirige el consumo de servicios psicológicos de psicoterapia, las industrias psicofarmacológicas o literatura de autoayuda, entre

una gran diversidad de productos y servicios. El emodity producido es el sondeo de la propia interioridad para intervenirla y derivar una experiencia de autoconocimiento, bienestar psicológico y más recientemente, positividad (Cabanas & Illouz, 2019; Illouz, 2019a). Esto tiene implicaciones más complejas que atraviesan el proceso de producción de subjetividad que abordaremos más adelante.

Por lo pronto, lo anteriormente expuesto muestra de qué manera en el capitalismo neoliberal las emociones, lejos de estar aisladas de los procesos de producción y acumulación, están en el centro de estos. Esta dimensión económica estimula una cultura emocional característica lo que se acentúa en todas aquellas actividades económicas cuya unidad de mercancía es una experiencia emocional. Esto genera un estilo emocional en que paradójicamente se unen la intensificación de las emociones y la búsqueda permanente de nuevas experiencias frente a las prácticas técnicas para medirlas y hacerlas predecibles (marketing, elaboración de marca, estudio del usuario, psicología, prácticas de autoayuda, positividad emocional en el trabajo, etc.). El trabajador contemporáneo es también un consumidor, lo que indica que el consumo de emodities generadores de liberación emocional, de emociones relacionales y de salud mental positiva son el telón de fondo de su experiencia. No obstante, es necesario complementar la hipótesis de la mercantilización de las emociones con la vivencia de los trabajadores insertos en estas lógicas de producción de experiencias emocionales.

### ***3.1.3. El trabajo emocional***

El lugar cada vez más privilegiado que las emociones ocupan en el desarrollo del capitalismo permite, a su vez, interrogar sobre cómo afecta concretamente los trabajadores que hacen parte de las industrias centradas en la producción de emodities. El trabajo emocional es un concepto teórico ampliamente controvertido que inicia por el interés sociológico sobre las normas sociales que actúan sobre las emociones individuales (Bericat, 2000) y actualmente es utilizado en psicología organizacional y psicología crítica del trabajo para comprender la experiencia de autorregulación emocional en una importante multiplicidad de ocupaciones (Gracia et al., 2014).

Al parecer, los primeros trabajadores emocionales fueron los gerentes. La expansión cultural de la psicología y su apropiación por parte de las organizaciones entre las décadas del 30 y 70 fue construyendo una preocupación por moldear el comportamiento de los líderes para que

desarrollaran hábitos de racionalización y contención emocional de la ira, envidia, celos o venganza. Se promovía que hicieran esfuerzos por gestionar estos sentimientos y manifestara actitudes más alegres y empáticas que promovieran la cooperación en los subordinados, sin que se viera sacrificada la productividad (Illouz, 2014b).

En los 50, Wright Mills había abordado el trabajo de los vendedores departamentales, demostrando que el puesto en sí requería inducirse a sí mismos a desarrollar un conocimiento sobre cómo “manejar” a las personas, mantener una expresión agradable para incentivar las compras y ocultar los sentimientos de desprecio y desagrado hacia los clientes difíciles. Analizó también cómo los empleadores, valiéndose de literatura de autoayuda, los entrenaban para desarrollar una personalidad enérgica y efectiva, capaz de capitalizar al máximo el relacionamiento con los clientes. Para el sociólogo, esto se podía entender en clave de auto alienación y revelaba la formación de un creciente mercado de la personalidad (Wright-Mills, 1951).

No obstante, el análisis de la dimensión emocional de estos trabajos se produce con la emergencia de la sociología de las emociones en los años 80 (Bericat, 2000). Hochschild (2008a) buscó formular un modelo que vinculara estructura social, emociones e interacciones sociales. Se basó en ideas presentes en la biología, el psicoanálisis y el interaccionismo simbólico, distanciándose de ellas con la intención de no basarse en una “psicología de la caja negra”:

La perspectiva del manejo emocional induce a dirigir la atención hacia la manera en que las personas tratan de sentir, y no, como ocurre con Goffman, hacia los intentos de aparentar determinados sentimientos. Nos lleva a observar los sentimientos conscientes, y no, como ocurre con Freud, los sentimientos inconscientes. La teoría interactiva de las emociones señala coyunturas teóricas alternas: entre la conciencia del sentimiento y la conciencia de las reglas del sentimiento, entre reglas del sentimiento y la elaboración de las emociones, entre las reglas del sentimiento y la estructura social (Hochschild, 2008a, p. 141).

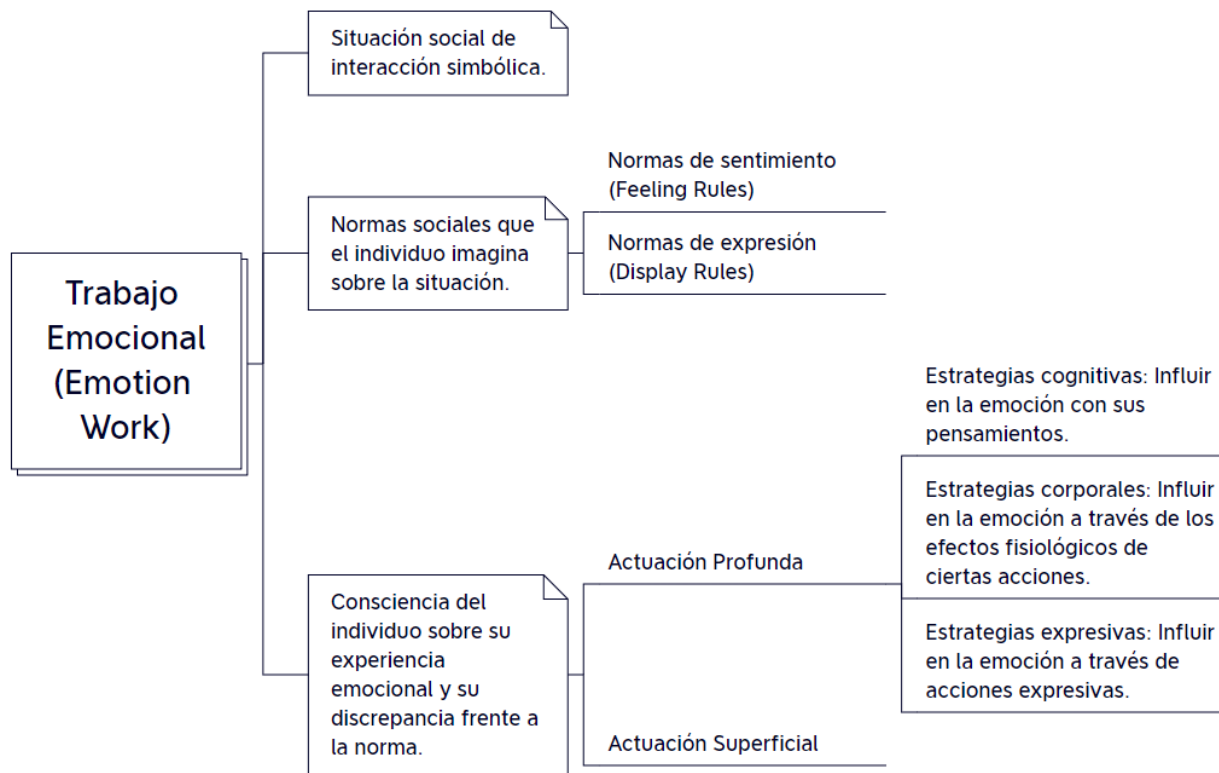
Una de estas es la idea de Erving Goffman en *Fun in Games* (Goffman, 1961) según la cual situaciones sociales en las que parece predominar cierto humor (mood) llevan a los individuos a moldear sus expresiones para aparentar congruencia con éste (display rules). Hochschild (1979) considera que el peso de la norma social no es ejercido sólo sobre la expresión de las emociones, sino sobre la emoción efectivamente experimentada. Define las emociones como “la cooperación

corporal con una imagen, un pensamiento o un recuerdo: una cooperación de la cual el individuo suele ser consciente"(Hochschild, 2008a, p. 130). En *The Managed Heart*, Hochschild (1983) establece los conceptos centrales del trabajo emocional de manera que puede leerse como una tríada de elementos:

- A. La situación social de interacción simbólica. Estas son situaciones específicas que están asociadas a patrones concretos de interacción y una conducta esperable por parte de los individuos.
- B. Las normas sociales de esta situación, concretamente las reglas de demostración y reglas de sentimiento. Es decir, lo que debe ser expresado y lo que debe sentirse para ser congruente con la norma de la situación. Estas no son objetivas ni unívocas, son casi siempre latentes, de manera que cada individuo siempre hace una reconstrucción individual y única de esas reglas.
- C. La consciencia que el individuo tiene sobre sus sentimientos, lo que implica que las emociones devienen objeto de atención en las interacciones sociales.

Hochschild (1975, 1979, 1983) reitera, además, que esos tres elementos crean las condiciones para que el individuo pueda percibir discrepancia entre sus emociones y lo que especula como reglas de sentimiento y demostración. El carácter especulativo de las reglas apoya, en cierto modo, el planteamiento de Kemper (1978) cuando considera gran parte de las emociones como productos de resultados reales, anticipados o imaginados de las relaciones sociales. No obstante, tal discrepancia motiva un proceso de elaboración, de emotion management, que también puede traducirse como “administración de las emociones” (Hochschild, 1979).



**Figura 1***Modelo conceptual de trabajo emocional*

*Nota.* Adaptación de Hochschild (1979)

Este concepto apunta a describir los esfuerzos conscientes que el individuo realiza para reducir la discrepancia entre sus emociones y las reglas de sentimiento y de demostración; no sólo para exhibir ciertas expresiones emocionales valoradas en los intercambios simbólicos (actuación de superficie), sino para intentar ceñirse a lo que en esa situación se espera que se sienta (actuación profunda) independientemente de si es exitoso en ello o no. La actuación profunda, a su vez, se fundamenta en por lo menos tres tipos de estrategias: cognitivas, intentos cambiar la emoción a través de variar a consciencia los pensamientos o ideas; corporales, intentar cambiar la emoción con estrategias dirigidas a sus manifestaciones somáticas (como respirar profundo); o expresiva, variando los gestos expresivos con el fin de que la experiencia emocional varíe (Hochschild, 2008a). Una aproximación a este modelo ha sido graficada en la Figura 1.

Una vez definida esta base conceptual, Hochschild intenta conectar emoción y estructura social a través de estudios en los cuales encuentra diferenciaciones de género (Hochschild, 2008d, 2008c) y de clase social (Hochschild, 1996, 2008b) en la forma en que son experimentadas las

emociones y socializadas ciertas reglas de sentimiento. El estudio del hogar y el trabajo, en términos de sus transformaciones en la sociedad estadounidense, la flexibilización, la entrada de la mujer al mercado laboral, la mercantilización de actividades relativas al ámbito doméstico (como el cuidado), llevan a la autora a sostener que en cada vez más actividades económicas de la clase trabajadora la actuación de superficie y profunda tienen un papel protagónico. Oficios como prostitutas, niñeras, cuidadores de ancianos, secretarías, auxiliares de vuelo, demandan un nivel tan alto de administración de las propias emociones como bajo es su nivel de autonomía y remuneración. Es muy importante establecer de ahora en adelante una aclaración terminológica que aplica para el resto de la presente investigación: al hablar de trabajo emocional en singular, se parte del término “emotion work” o “emotion management”, que significa la operación de autorregulación de las emociones anteriormente descrita, mientras que trabajos emocionales en plural (emotion labor) denotará el conjunto de ocupaciones o puestos de trabajo cuya producción de valor de uso y simbólico se basa en esa capacidad autorregulatoria, se desarrolla en un entorno con normas claras de expresión y sentimiento y se dirige a incitar a emociones deseadas y definidas en un consumidor o usuario.

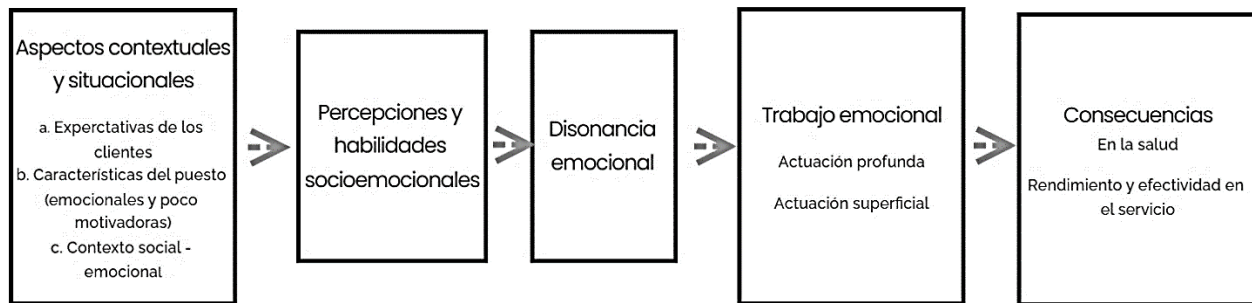
En la actualidad hay un continuo proceso de revisión conceptual sobre trabajo emocional dentro de las ciencias organizacionales, con el fin de identificar los factores y mecánica interna a través de la cual se produce el trabajo emocional dentro de los puestos de trabajo y las empresas; en este proceso se descubre su asociación con trastornos de ansiedad y síndrome de burnout, así como en la disminución a largo plazo del desempeño en el trabajo (Gracia et al., 2014; Grandey & Melloy, 2017; Grandey & Sayre, 2019; Mukiur, 2012; Zapf, 2002). Estas perspectivas, sin embargo, sólo son nombradas en este documento debido a la mayor coherencia del modelo interaccionista original con la perspectiva emocional escogida.

El modelo más integrador encontrado en la literatura es el producido por Gracia et al (2014) (Figura 2), que ilustra la manera secuencial en que el trabajo emocional se presenta ante el trabajador como un proceso. Este inicia a partir de unas condiciones contextuales (expectativas de clientes, características precarias del puesto de trabajo y contexto social cultural de las emociones) que son leídos de manera distinta de acuerdo con los recursos del trabajador (las habilidades socioemocionales, o inteligencia emocional). La inteligencia emocional es vista en el entorno organizacional como una variable que permite al trabajador ser consciente de sus propias emociones y de los demás, deducir la respuesta emocional requerida por la situación y moldear su

propia experiencia según su adecuación; esto a su vez determina qué estrategias de trabajo emocional se utilizan (Delpechitre & Beeler, 2018).

## Figura 2

### Modelo conceptual de trabajo emocional en la tendencia organizacional



Nota. Fuente: Gracia et al., (2014)

Ahora bien, un punto polémico es que esta corriente concibe la actuación profunda y superficial como proceso que implican “supresión” de las emociones. Desde la perspectiva constructivista esto no es posible, por el contrario, lo que sucede es que el sujeto trabaja activamente a través de sus procesos de conceptualización y categorización emocional para crear una experiencia emocional distinta de la acostumbrada ante las mismas situaciones (Feldman-Barrett & Russell, 2014).

En todo caso, el trabajo emocional se adhiere al repertorio discursivo de la psicología organizacional como una manera de comprender las consecuencias negativas para el trabajador, las múltiples formas en que afectan la productividad (como el *burnout* y trastornos de ansiedad), y el establecimiento de medidas clínicas y formativas para intentar promover formas más efectivas de supresión de las emociones (Grandey & Melloy, 2017; Zapf, 2002). Pero a lo largo de la década de 1990 hasta el presente, la tendencia de estudio se concentra en el trabajo emocional como un hecho de relevancia clínica y administrativa, y se aleja de lo inicialmente planteado por Hochschild, que es el estudio de la relación entre estructura social, interacción social y emociones, hacia un concepto dirigido a prevenir los aspectos emocionales que interfieren sobre la productividad y la salud del trabajador, añadiéndose al repertorio técnico-conceptual de la psicología para la gestión de lo humano.

## 3.2.Trabajo flexible

### 3.2.1. *El giro neoliberal de los mercados del trabajo*

En este apartado aclararemos lo que entendemos por neoliberalismo. De acuerdo con Boas y Gans-Morse (2009) la explosión del uso del término desde los años 90 en adelante, y el carácter politizado y axiológico con el cual se utiliza difuminan la capacidad del concepto para definir sustantivamente algo concreto. El término neoliberalismo u ordoliberalismo surge en la década de 1930 en Friburgo como un intento de renovar el liberalismo clásico proponiendo una alternativa moderada al *laissez faire*: un estado intervencionista que forma un marco institucional para asegurar una competencia perfecta entre actores y así el mercado pueda desarrollarse. Sin embargo, el interés académico por el neoliberalismo es desencadenado para comprender no sólo aspectos tan disímiles como reformas económicas, modelos de desarrollo, ideologías normativas o paradigmas académicos, sino definirlos con una connotación negativa debido a sus efectos de implementación, muy lejanos a su planteamiento original, con resultados como el incremento de la desigualdad, la reducción del Estado y de los sistemas de protección social, el debilitamiento del poder sindical, la desregulación de los poderes financieros, la mundialización de la economía y la concentración multinacional del capital (Harvey, 2007).

Buscando organizar la confusión ideológica en el uso del término, Boas y Gans-Morse (2009) identifican que hay por lo menos tres maneras de entender el neoliberalismo: Primero, como el conjunto de características únicas que distinguen el capitalismo moderno posterior a los años 80 de los anteriores modelos de desarrollo. Esto implica la homogenización del libre mercado y la desaparición de alternativas a este, es decir, una ubicuidad de la globalización y la extinción de los sistemas proteccionistas y del keynesianismo. Es un retorno a los modelos iniciales de desarrollo liberal, pero con características globalizadas como cadenas de suministro internacionales, formas de propiedad basadas en el conocimiento, y el incremento del tercer sector (el de los servicios).

Segundo, como forma de entender la expansión del libre mercado en los países en vías de desarrollo, debido a la radicalidad con la que estos aplican políticas reformistas que disminuyen el tamaño del Estado, como la descentralización o la privatización de los sistemas de servicios sociales (por ejemplo, el sanitario o el educativo), que contrastan con la adopción más moderada de los países industrializados avanzados de estas reformas.

Tercero, como un tipo distinto de economía de mercado que incluye a los países en desarrollo de los industrializados y donde todos los elementos de las economías avanzadas industriales (los modelos nacionales, los patrones de representación de intereses, los sistemas de producción e innovación, la presencia o ausencia de instituciones que facilitan la coordinación entre actores del mercado) se intercomunican y desarrollan en función del incremento de la fluidez de capitales. Esta tipificación se basa en los modelos materializados en reformas como las producidas en Chile en el gobierno de Pinochet, en Reino Unido en el gobierno Thatcher y en Estados Unidos en el gobierno Reagan (Boas & Gans-Morse, 2009).

En este trabajo tomamos posición en el problema conceptual del neoliberalismo seleccionando dos perspectivas revisadas por Christian Laval (2020): la perspectiva sociológica de la dominación, y la perspectiva de la gubernamentalidad. La primera, la de la dominación, se basa en el análisis bourdiano del neoliberalismo como una ideología dominante de las élites políticas marcada por la dimisión del Estado y la construcción social de los mercados. La segunda, la de la gubernamentalidad se abordará para aclarar los supuestos asumidos para comprender la subjetivación neoliberal desde la línea foucaultiana.

Duménil y Levy (2004) contextualizan la emergencia del neoliberalismo como la respuesta a una serie de crisis estructurales en la década de 1970 y 1980, caracterizadas por el desempleo, la ralentización del desarrollo tecnológico, la inflación y estanflación monetaria y el estancamiento de los mercados bursátiles, en suma, una reducción del ritmo de acumulación en los países desarrollados.

La adopción en Estados Unidos y Reino Unido de las políticas neoliberales fue motivada por el experimento chileno, como una posible respuesta a la crisis. La dictadura chilena y la intervención del Fondo Monetario Internacional en un conjunto de reformas (privatización de activos públicos y de la explotación de recursos nacionales, facilitación de la inversión extranjera, impulso a las exportaciones) fueron exitosas en la reconstrucción de la economía de este país, pero también coincidieron con la represión violenta de los movimientos sociales, las formas de organización popular y las regulaciones del mercado laboral como el poder sindical (Harvey, 2021).

Así entendido, las ideas neoliberales empezaron a ser adoptadas de una forma específica a través de una relación muy cercana entre oligarquías y estructura del Estado, alineados bajo una

ideología del capitalismo mundializado. Esto es lo que Bourdieu denomina “mano derecha del Estado” (2000). Desde la teoría sociológica de la dominación, el neoliberalismo es:

El principio teórico y dóxico de una nueva forma de acción del Estado que ya no se orienta sólo hacia el mantenimiento del orden público en un territorio y la unificación de un mercado nacional, sino hacia la construcción de un mercado mundial y la participación activa en la competencia que éste impone (Laval, 2020, sec. 2, Introducción, párr. 7).

Afín a esta conceptualización, en Harvey el neoliberalismo es fundamentalmente una teoría de prácticas político-económicas alrededor de la creencia de que promover el bienestar humano se basa en no restringir el desarrollo libre de las capacidades y libertades del individuo, en especial las empresariales, pero protegiéndolo con un marco institucional que preserve la propiedad privada y el mercado libre. También implica producir mercados en aquellas esferas donde no lo hay (la tierra, la atención en salud, la seguridad social), a través de la acción Estatal pero que, una vez creados, el intervencionismo sea el mínimo posible (Harvey, 2007).

Sin embargo, la implementación de las reformas liberales a nivel global tiene un elemento que lo diferencia del ordoliberalismo y es que implica un relacionamiento profundo de las élites económicas con la acción del Estado. No es una competencia perfecta, sino una configuración del mercado a favor de las mayores concentraciones de capital. El neoliberalismo es descrito en su sinergia con el neoconservadurismo, en la medida en que integra un único discurso ideológico que unifica a la vez “la construcción de los mercados y el refuerzo del control social mediante una mayor represión de las poblaciones” (Laval, 2020, Capítulo 9 párr. 21), promoviendo la sumisión hacia el Estado a través de valores tradicionales y principios nacionalistas, catolicistas y fundamentalistas a la vez que presentan el mercado como una especie de realidad natural y originaria, buscando con ello promover la aceleración de las mutaciones mercantiles. En otras palabras, en el neoliberalismo se produce un modo particular de dominación económica que se sostiene a través de complejos procesos ideológicos y culturales.

La desregulación, la privatización, y el abandono por el Estado de muchas áreas de la provisión social han sido generalizadas (Bourdieu, 2000). En *La dimisión del Estado*, Bourdieu (2007b) entrelaza muchas de las manifestaciones empíricas de esta dominación, como la caída de las redes de protección social establecidas con el trabajo asalariado, la demolición de la idea de

servicio público (que incurre en la privatización y descentralización de estos), y la pérdida de fuerza de los movimientos obreros, la exaltación del rendimiento, la productividad y la competitividad y al recrudecimiento de las desigualdades de clase en capital económico y cultural.

### **3.2.1.1. Posfordismo, flexibilización y trabajo**

Uno de los dominios que contribuyó a la materialización de las políticas económicas neoliberales fue la transformación de los mercados de trabajo. Los modos de producción dependen ampliamente de la relación que sostienen el trabajo (entendido como clase trabajadora y como fuerza de trabajo) y el capital (entendido tanto como medios de producción como la clase que los posee) para construir sociedad. Pacto capital trabajo es, fundamentalmente, un pacto social (Castel, 1998).

El término posfordismo es utilizado para comprender la transformación tanto de los modos de producción como del pacto capital trabajo. Fordismo hace referencia a un modelo de masificación del trabajo, de producción y de consumo que garantiza las bases del desarrollo del Estado de Bienestar, fortaleció el poder institucional y organizativo de los sindicatos de manera que estos tenían un papel fundamental en las negociaciones sobre las condiciones laborales, y garantizar una redistribución relativa de la riqueza (Atzeni, 2014). Esto es llamado por Lazaratto (1996) como “fábrica social”. Fábrica social denota no sólo un énfasis en la manufactura como modo de producción sino en que el trabajo tiene una centralidad como generador de relaciones sociales. Pero también, centralidad del trabajo significa una confianza colectiva en la cooperación como actividad continua para construir el progreso, mejoras significativas en la calidad de vida, un sentimiento ampliamente compartido de fe en el presente para producir el futuro (Bauman, 2015a).

El posfordismo, por el contrario, es el modo de producción adoptado en el ascenso de la política económica neoliberal y de una nueva división internacional del trabajo. A esto se le denomina sociedad postindustrial (Esping-Andersen, 2000). La ideología neoliberal abanderará un proceso de flexibilización total que se adopta en todo el sistema de producción. En sí, podría afirmarse que:

Flexibilización organizacional del trabajo, como tendencia histórica, significa un proceso de transición desde un modelo predominantemente rígido, cerrado, vertical, centralizado y

burocratizado hacia otro donde dominan la elasticidad, la apertura, la horizontalidad, la descentralización y la agilidad (Blanch, 2008)

Según Atzeni (2014), el posfordismo implica desindustrialización: el trabajador se dispersa y se atomiza por las vinculaciones laborales flexibles y se integra a la economía de servicios. Implica deslocalización: las manufacturas se trasladan a las economías emergentes, la tecnología crea nuevos espacios de trabajo independientes de una localización física.

A su vez, también implica un incremento de la migración con fines laborales, tanto para trabajadores calificados como no calificados (Bendini et al., 2012). Sennet (2000) también señala que esta nueva flexibilidad implica desburocratización. Implica la desaparición de las rutinas y el predominio de ritmos más dinámicos, la adopción de procesos de reingeniería y especialización flexible que requieren conseguir productos más variados cada vez más rápido. No implica la desaparición total de los controles administrativos, pero sí un incentivo y apertura a la conducta innovadora del trabajador. Pero también implica una relación distinta con el tiempo, dado que aparecen las jornadas flexibles con la inserción de la mujer en el mercado de trabajo, y con el espacio, puesto que el trabajo por la vía de las tecnologías digitales puede desempeñarse en casa o de forma móvil.

En general, es necesario afirmar que hay una gran variabilidad en lo que corresponde a la implementación de políticas neoliberales en los mercados laborales de país en país. Pero, cuanto menos en América Latina, la flexibilización laboral está relacionada con una disminución ostensible de la calidad del empleo (Weller, 1998), esto es, la desaparición masiva de puestos de trabajo industriales por la proliferación de puestos en la economía de servicios, así como una distancia mayor entre los puestos de alto nivel educativo y los de bajo nivel. Algunas calificaciones laborales se volvieron obsoletas, mientras que aumenta la demanda por otras nuevas.

Pero como tendencia general, el capital es cada vez más móvil, a tal punto que se normaliza su evasión de las regulaciones y protecciones que caracterizan el trabajo fordista. Como lo expresa Atzeni (2014, p. 6):

Se puede observar la coexistencia de pasantías no remuneradas, de contratos temporarios con renovaciones indefinidas, de relaciones laborales tradicionales disfrazadas como proyectos de consultoría a fin de evitar el pago de coberturas sociales, de cuentapropismo



y de una vasta cantidad de las denominadas formas de trabajo “atípico”. En muchas partes del mundo, tanto en sectores públicos como en privados, estas formas de trabajo existen a la par de las modalidades de empleo más tradicionales y regulares.

Por último, tanto Illouz (2019a) como Du Gay y Salaman (1992) mencionan que este movimiento está acompañado por otro giro, desde los procesos de trabajo a los de consumo, de una administración centrada en el trabajador a un énfasis supremo sobre el mercado, encarnado en el consumidor. La cultura de consumo es un culto al consumidor en lo que respecta a las decisiones empresariales. La satisfacción del cliente se convierte en la principal medida del éxito administrativo.

De acuerdo con Cabanas e Illouz (2019), tanto la expansión del neoliberalismo como el capitalismo centrado en el consumidor vienen acompañados del incremento en la fluidez de las relaciones trabajador-empresa, un fomento de la cultura del riesgo, la búsqueda de mayor competitividad, jerarquías cada vez más flexibles y una completa descentralización de los procesos productivos en miras de centrarse sobre el cliente/consumidor, en una lógica de adaptación permanente a la lógica cambiante de la demanda. Por último, es necesario agregar que las tendencias discursivas de la lógica empresarial en los años 80 fueron disolviendo paulatinamente la noción de seguridad del pacto capital-trabajo y de los modelos teóricos humanistas que densificaban dicho pacto con una realidad psicológica. Es decir, se produce una transformación en el contrato sociolaboral en el cual el trabajador pudiera mantenerse unido a la empresa, sin que esta conservara las mismas responsabilidades y compromisos.

### **3.2.1.2. Precariedad, precarización y condición precaria en el trabajo**

Para este punto, es necesario aclarar lo que se entiende como precarización, y está ligado justamente a este carácter autónomo desde el que se reconstruye la noción del trabajador para el capital. Al igual que Arango-Tobón y Bedoya-Hernández (2021) observamos que el uso de este término está marcado por una connotación negativa que desdibuja y constriñe tanto en su sustancia conceptual como su potencial político. Por lo tanto, deben aclararse tres nociones:

A) **PRECARIEDAD:** Lo precario tiene una doble dimensión, normalmente tiende a expresarse como negatividad, fragilidad, y esta es la acepción más frecuente pues fundamenta la resistencia a la precariedad, pero también se puede entender como punto central en la creación de nuevas formas de vida política (Arango-Tobón & Bedoya-Hernández, 2021). Lorey define lo precario básicamente como el ensamblaje de la inseguridad, la vulnerabilidad, la incertidumbre y la amenaza. Así, entiende la precariedad como “una categoría ordenadora que designa los efectos políticos, sociales y jurídicos de una condición precaria generalizada (...) comprende relaciones de dominio naturalizadas, a través de las cuales es atribuida o denegada la pertenencia a un grupo” (Lorey, 2016, p. 27). Esto significa que precariedad también implica, fundamentalmente, recrudecimiento de las relaciones de desigualdad en el marco de una sociedad, en la medida en que promueve posicionamientos sociales diferenciados frente a la inseguridad. En el ámbito del trabajo precario, los individuos están expuestos a inseguridad, vulnerabilidad, incertidumbre y amenaza de manera diferencial según las características de su configuración laboral.

B) **PRECARIZACIÓN:** Básicamente, la precarización consiste en la producción activa de la precariedad y de la experiencia precaria. Desde los inicios de la producción capitalista la clase trabajadora ha vivido procesos de pauperización y degradación de sus condiciones de vida, como lo muestran los procesos de hacinamiento, enfermedad y contaminación ambiental de las primeras ciudades, edificadas alrededor de los primeros centros industriales, sumado a las extensas jornadas laborales, trabajo infantil y accidentalidad incrementada (Blanco-Abarca, 1987). Las instituciones de protección, el Estado de Bienestar, la independencia de los trabajadores fueron conseguidas a través de luchas en una doble vía: las luchas permitían el logro de seguridad e independencia, y ésta a su vez permitía establecer nuevas luchas, conquistar nuevos derechos (Lorey, 2016). En el neoliberalismo también se produce precarización pero la flexibilización laboral, por ejemplo, al aumentar la incertidumbre vital (Sennet, 2000) y reducir la calidad del empleo (Weller, 1998), también disminuye las posibilidades de organización colectiva. Sin embargo, las consecuencias de esto son muy distintas al comparar la perspectiva de la dominación y la de la gubernamentalidad.

Desde la perspectiva de la dominación, la precarización es una dinámica reiterativa de violencia estructural y simbólica de desposesión del trabajador (Bourdieu, 1997, 2000). Así como la degradación de la calidad del empleo, la pérdida de puestos debido a la automatización de los procesos, la deslocalización y desindustrialización, la desaparición de los empleos de carrera, la pérdida de los mínimos de fe y esperanza de futuro necesarios para la organización colectiva,

vienen con la flexibilización laboral, también produce en el trabajador el sentimiento de ser dispensable:

Contribuye a dar al trabajador la sensación de que no es, ni mucho menos, irremplazable, y de que su trabajo y su empleo son, en cierto modo, un privilegio, y un privilegio frágil y amenazado ... va acompañada de una competición en el trabajo, que también es una forma de competición por el trabajo, que hay que conservar, a veces a cualquier precio, contra el chantaje del despido. Esta competición, a veces tan salvaje como la que practican las empresas, está en el origen de una auténtica lucha de todos contra todos, destructora de todos los valores de solidaridad y humanidad y que alcanza, a veces, una violencia sin límites (Bourdieu, 2000, pp. 122-124)

Como efectos tiene dos: el primero es la pérdida de poder sindical, no sólo disuadida por la represión violenta, sino también desincentivada por la ausencia de lo colectivo. El segundo es la amplia disponibilidad de un “ejército de reserva” para la producción capitalista neoliberal, fuerza de trabajo desocupada disponible y dispuesta a apegarse a tareas y plazas muy a pesar de la degradación de los puestos de trabajo (Bourdieu, 1997).

Por otro lado, en la óptica de la gubernamentalidad, la precarización no es sólo el empeoramiento de las condiciones de vida sino también los esfuerzos sistemáticos por mostrarla como una realidad natural, no sólo como una configuración de los modos de explotación sino de producción activa de ambivalencias entre empoderamiento y sumisión (Lorey, 2016) de manera que impacta en cómo los sujetos se autogobiernan. Implica gobernar mediante la inseguridad en vez de a través de la seguridad:

Las nuevas formas de producción de precariedad inauguradas por el neoliberalismo no suponen la eliminación de los modos de precarización llevados a cabo por el liberalismo clásico. Más bien estamos ante estrategias sofisticadas en las que no solamente se incrementa la vulnerabilidad de los individuos, sino que ellos mismos consideran que esto es normal (Arango-Tobón & Bedoya-Hernández, 2021, p. 74).

Para Lorey, producir sujetos precarios implica producir sujetos ampliamente diversos que no sólo tienen naturalizada la consciencia de incertidumbre, sino que además carecen de un sistema de referentes compartidos que permita unificarlos en acción colectiva. Sus intereses son muy dispares, transitan entre diversas configuraciones entre modos de producción, entre diversos proyectos, abandonan los sistemas colectivos de protección social y no encuentran formas de representación que les satisfagan (Lorey, 2016).

C) **CONDICIÓN PRECARIA:** Como condición precaria se entiende la dimensión social y ontológica de la vida y de los cuerpos que es inherente a los seres vivos: básicamente es una condición compartida de vulnerabilidad de los cuerpos, de exposición a la muerte, pero también el fundamento de lo social y de lo político, produce solidaridad (Lorey, 2016). Desde la perspectiva de la dominación, la precarización inhabilita de forma casi definitiva al colectivo social, en particular al trabajador, para la acción política (Bourdieu, 1997; Castel, 1998). Pero desde la perspectiva de la gubernamentalidad se realza el hecho de que tanto los sistemas biopolíticos como las luchas de la clase trabajadora son las que producen los sistemas de protección social, cuando la condición precaria es reconocida y los procesos de precarización cuestionados e interpelados (Arango-Tobón & Bedoya-Hernández, 2021). En otras palabras, el reconocimiento de la condición precaria lleva a establecer modos de protección y amparo frente a la precariedad y la precarización (Lorey, 2016).

De esta manera, la precarización se puede entender desde la óptica de la gubernamentalidad como una lógica de gobierno que radica en el incremento sistemático de la vulnerabilidad, inseguridad e incertidumbre que se desenvuelve de manera complementaria con la flexibilización laboral, expresándose estas sobre las condiciones del mercado del trabajo. La precarización no es accidental, sino que es intencionada, tiene efectos tangibles en la pérdida de capacidad de negociación de los colectivos laborales y la disposición del trabajador de naturalizar este estado generalizado de inseguridad.

### ***3.2.2. Capitalismo de plataformas y Gig Economy***

La digitalización de la economía, desde muchos puntos de vista, intensifica los cambios societales, económicos e industriales producidos por el neoliberalismo. La economía neoliberal, al ser un capitalismo globalizado, se fundamenta sobre el avance de la informática, y de las

tecnologías de comunicación. La inversión en la tecnología fue una respuesta al estancamiento tecnológico anterior a la década de los 80 (Duménil & Lévy, 2004). De acuerdo con David Harvey (2007) el creciente desarrollo del sector tecnológico es un ámbito activo de intervención neoliberal, porque un mercado globalizado necesita intensificar y expandir las operaciones comerciales. Requiere de infraestructuras informacionales que permitan almacenar, transferir, analizar y utilizar enormes volúmenes de datos para guiar la toma de decisiones. La tecnología digital, en este sentido, permite una compresión espacio temporal de las operaciones y contratos mercantiles, es decir, hace irrelevantes las distancias y disminuye los tiempos incrementando considerablemente la densidad del intercambio comercial global.

Este avance tecnológico se desarrolla a lo largo de dos grandes etapas de revoluciones industriales: La tercera revolución industrial se desarrolló como respuesta a la ralentización del desarrollo tecnológico en el mundo posterior a las guerras mundiales, y se centró en el cambio de los sistemas mecánicos a los sistemas y análogos a los sistemas digitales basados en el almacenamiento y procesamiento de datos por pulso binario, el descubrimiento de los transistores y circuitos integrados, microprocesadores, la invención de las computadoras e Internet (Brennan, 2018). La cuarta revolución industrial, término popularizado por Klaus Schwab (2017), por su parte, es una expansión de lo descubierto en la revolución digital pero a nuevos niveles de interconexión y eficiencia operacional, automatización, Big Data o transparencia informacional para la toma de datos, asistencia tecnológicas para las actividades humanas y descentralización de las decisiones (la capacidad de los sistemas cibernéticos para tomar decisiones).

Tecnologías clave para pensar la cuarta revolución industrial son los teléfonos y otros dispositivos móviles, las infraestructuras de Internet de las Cosas (IOT), sensores inteligentes, interfaces avanzadas humano-máquina, técnicas de analítica de Big Data, robótica avanzada, perfilamiento avanzado de clientes, etc., así como la disponibilidad ampliada de estas tecnologías tanto para el mejoramiento de los procesos industriales como para el consumidor.

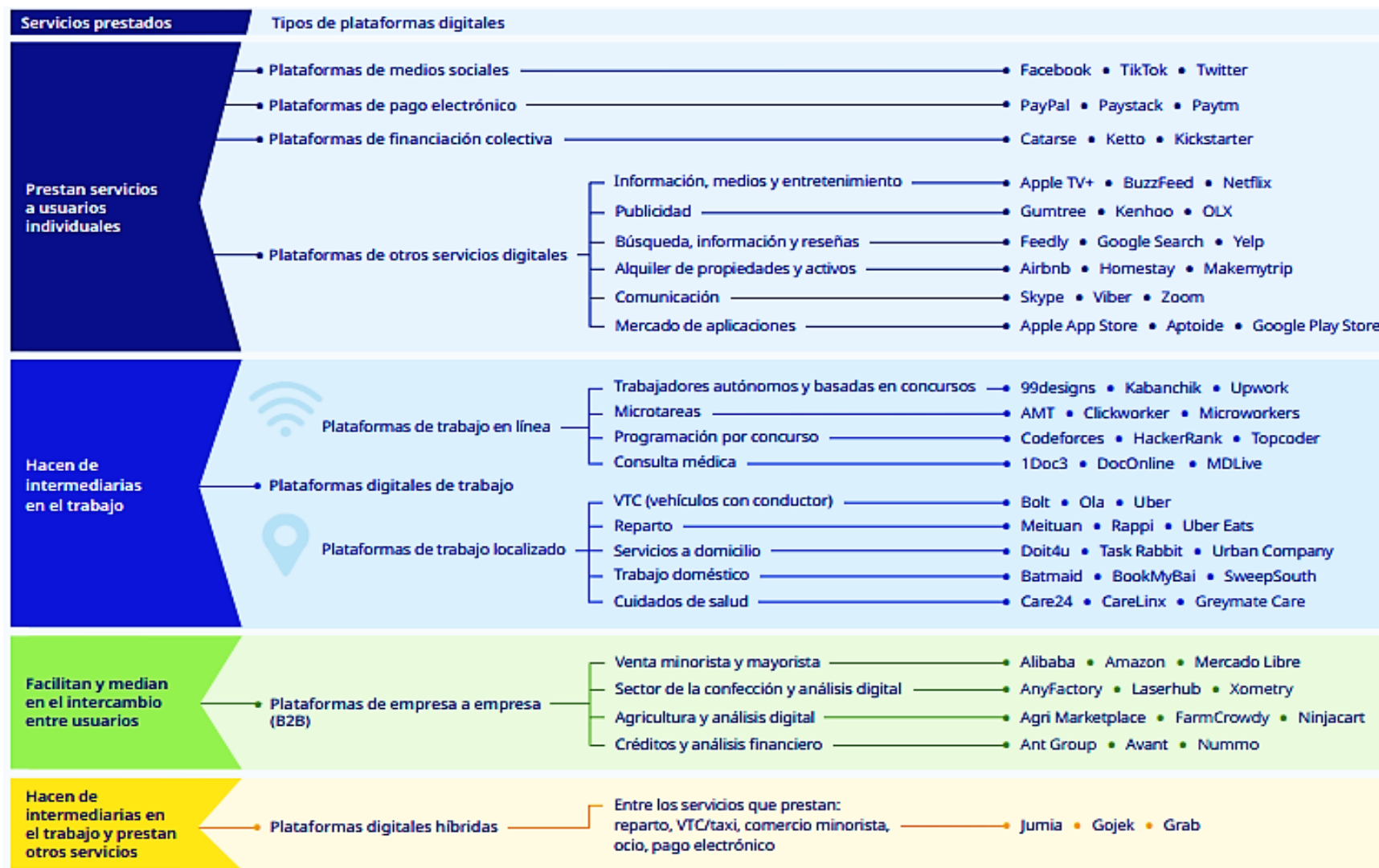
De acuerdo con Srnicek, aunque el sector de la industria de la tecnología, en el capitalismo actual, es la punta de lanza en este proceso histórico de desarrollo, constituye un porcentaje pequeño (alrededor de un 6.8% del valor agregado por compañías privadas y un 2.5% de la fuerza de trabajo en Estados Unidos, por ejemplo), es más notable el impacto del desarrollo de este sector sobre todos los demás sectores (Srnicek, 2017). La economía digital hace referencia a una dependencia cada vez mayor de todos los sectores económicos sobre sus infraestructuras

---

tecnológicas y modelos de negocio (manufacturas, minería, servicios, transporte, minería, telecomunicaciones, etc.) a tal punto que el colapso de la industria tecnológica o alguno de sus principales activos puede ser devastador para el mercado en general. Esto crea las condiciones para una reconfiguración de los procesos de producción y distribución de servicios basado en plataformas digitales. La creciente disponibilidad de infraestructuras y servicios informáticos en la nube ha facilitado la proliferación de las plataformas digitales, que han penetrado gradualmente en casi todos los sectores de la economía. Las plataformas digitales son mecanismos sociotécnicos de intermediación y de capitalización que funcionan a través de datos, software e internet (Langley & Leyshon, 2017).

Existen tres grandes categorías de estas plataformas: las que proporcionan servicios y productos digitales a los usuarios individuales, como las de *social media* (redes sociales); las que median en el intercambio de bienes y servicios, como las plataformas de comercio electrónico y de empresa a empresa (B2B), y las que ejercen de intermediarias en el intercambio de trabajo entre diferentes usuarios como las empresas, los trabajadores y los consumidores, y lo facilitan: es el caso de las plataformas digitales de trabajo como *Upwork* o *Uber*. Este ecosistema de plataformas está redefiniendo los mecanismos de intercambio económico y cambiando progresivamente la configuración del mundo del trabajo (Organización Internacional del Trabajo, 2021, p. 33) (Figura 3). El aspecto más saliente e influyente para moldear la experiencia de los trabajadores contemporáneos es la emergencia de las plataformas digitales de trabajo. Son plataformas que permiten conectar de manera directa al consumidor con el trabajador para la prestación de un servicio remoto o presencial, y que regulan todos los aspectos de este intercambio (Organización Internacional del Trabajo, 2019).

**Figura 3**  
Tipos de plataformas digitales identificadas por la OIT.



Nota. Fuente: OIT (2021).



Las plataformas digitales de trabajo tienen varias características que enmarcan una maximización de muchos de los elementos de la ideología neoliberal con respecto a la organización del proceso de producción. Resaltamos cuatro de ellas que conciernen directamente al modo en que el trabajo tiene lugar:

A) Siguen un principio *de economía colaborativa*: Si el neoliberalismo implica la producción de un mercado para los aspectos de la vida donde no existían anteriormente, el concepto de economía colaborativa consiste en poner a disposición de otros algún bien privado, conocimiento o fuerza de trabajo que no esté siendo productivo en el momento y hacerlo productivo. Por ejemplo, la plataforma Uber no parte de un principio de viajes remunerados. Parte de la idea de una persona que tiene un auto personal y desea generar con él algún ingreso, a través de satisfacer la necesidad de alguien que lo necesita en un intercambio no regulado o mínimamente regulado (Ravenelle, 2019).

B) Siguen modelos de escalabilidad empresarial: Escalabilidad es una característica de aquellos modelos de negocio que se caracterizan por un crecimiento exponencial en comparación con una inversión relativamente pequeña, debido a que la producción del bien o servicio y el número de operaciones no depende de limitaciones físicas o logísticas (Cavazos-Arroyo & Giuliani, 2017). No se invierte en trabajadores o activos más que en aquellos estrictamente necesarios para mantener funcionando la plataforma y prestar atención al usuario. La ejecución de los servicios la realiza el usuario trabajador hacia el usuario consumidor, por lo que no se invierte en producción del bien o servicio, aunque sí se lo administra. Esto además implica aprovechar entornos de actividad sobre los que es muy difícil legislar, por lo que mucho del modelo de negocio puede encontrarse en áreas grises que permitan ahorrar los costos respectivos a los sectores ya regulados.

C) Mantienen una gestión de datos permanente y control algorítmico: Las plataformas utilizan los teléfonos móviles para recoger datos de los usuarios, tanto el usuario consumidor como el usuario trabajador. El proceso de gestión y aprovechamiento de datos se realiza en dos frentes. Por un lado, para la medición de los intereses, preferencias y comportamientos del usuario anticiparse a sus demandas (Sriram et al., 2023), pero por otro, para mantener control y vigilancia sobre el desempeño del trabajador al realizar la tarea (Griesbach et al., 2019). En Griesbach et al (2019) se especifica que todas las plataformas difieren en el grado de control desempeñan sobre el



trabajador, y algunas son más “despóticas” que otras. Igualmente, pueden imponer de manera automática sanciones, o enrutar más trabajo a los trabajadores medidos como más eficientes o efectivos, o simplemente desactivar al trabajador de la plataforma sin dar explicaciones o correr con cargos parafiscales.

D) Establecen *sistemas de reputación*: El capitalismo de plataformas maximiza la cultura del consumidor (Du Gay & Salaman, 1992) al incitarlo a evaluar permanentemente a la plataforma y al trabajador, y esta evaluación tiene consecuencias sobre la forma como se distribuye y asigna el trabajo. Los sistemas de reputación (por ejemplo, calificación en estrellas) hacen que cada proveedor o trabajador tenga una calificación que es acumulativa, sumando todas aquellas que ha recibido por parte de los usuarios (Tadelis, 2016).

E) El *desentendimiento de las obligaciones laborales* a la vez que *moldean la transferencia de valor*. Las plataformas deciden cada aspecto de las formas en las cuales el usuario trabajador interactúa con el usuario consumidor durante el establecimiento del acuerdo de trabajo. Esto a su vez es un fuerte aliciente para reinterpretar los aspectos legales y jurídicos de lo laboral para no reconocer aspectos como la subordinación. Esto se puede explicar mejor con el caso de las plataformas de reparto, que presuponen que la relación establecida no es entre trabajador y plataforma, sino entre trabajador y consumidor y frecuentemente utilizan la figura de contrato de mandato para vincularlos a los dos y salir de la ecuación, incluso cuando el principio de realidad demuestra que hay subordinación, libertad restringida en el desempeño de la tarea, sanciones e incentivos y poder de despido (desactivar al trabajador de la plataforma) (Ramírez Bustamante et al., 2021).

En materia de la experiencia del trabajador en la economía digital, el capitalismo de plataformas posibilita el surgimiento de la *Gig Economy*, es decir, el ecosistema mercantil que se produce de manera performativa a través de las plataformas digitales de trabajo. En la actualidad, la *Gig Economy* es el ápice de la flexibilidad laboral, ya que no sólo da al trabajador la autonomía de desempeñar el trabajo en los horarios que desee, y escoger aquellos *gigs* (encargos de tareas) que considere más convenientes, pudiendo escoger si prestarlo o no, sino que el intercambio se puede producir a partir de una unidad de trabajo en un único momento (Wood et al., 2019). El intercambio de valor entre trabajador y consumidor se reduce a una unidad. Una única tarea. Un conductor de Uber, por ejemplo, puede realizar un único viaje al día, o desempeñar 10 o 12 horas de trabajo a través de la plataforma y prestar todos los servicios de viajes que desee en ese tiempo.

En lo que compete al trabajo humano, las plataformas digitales de trabajo, por lo tanto, se convierten en un posible paradigma de organización del trabajo, dado que posibilitan una reorganización del trabajo, acumulación capitalista, producción y distribución de bienes y servicios con alta eficiencia en conectar la demanda con la oferta.

Esto, al pensar el giro neoliberal del trabajo, lo podemos leer en términos de flexibilidad, mas no totalmente en términos de precarización. Si bien el trabajo en plataformas es de carácter aún más flexible que los modelos de contrato temporal, también tiene una mayor regulación que el trabajo informal, incluso con su carácter no-regulado. La discusión sobre si la calidad del empleo es mayor o menor que el trabajo flexible “convencional” también es un punto de controversia. Por un lado, la incertidumbre se manifiesta a través de niveles incrementados de estrés laboral derivados de la impredecibilidad de las condiciones del mercado del servicio particular que el trabajador presta a través de la plataforma (Del Bono, 2019; Martínez, 2020). Pero también, de acuerdo con Rodino-Colocino et al (2021), dependiendo de la plataforma, actividad o país, muchos trabajadores adoptan el trabajo en plataformas digitales principalmente como una manera de huir al desempleo los trabajos de bajo ingreso y calificación de su contexto, y prefieren el trabajo en plataformas debido a que pueden llegar a ganar más que en un trabajo flexible no mediado digitalmente.

### **3.3. Neoliberalismo como racionalidad de gobierno y producción de subjetividad**

#### ***3.3.1. Noción de subjetividad y gubernamentalidad neoliberal***

En este trabajo se consideró el estado actual de las teorías de la subjetividad de acuerdo con la recopilación ofrecida por Biset et al (2015). De acuerdo con Biset, los enfoques más actuales sobre subjetividad son todos alternativos a la idea de sujeto trascendental autodeterminado, y están orientados no bajo el supuesto de una entidad inmaterial que pueda ser llamada subjetividad, sino como producto de una serie de prácticas de constitución en el mundo histórico (Biset, 2015). A este respecto se pueden identificar al menos tres líneas:

- a) Un sujeto metafísico, abordado por la fenomenología. Desde una metafísica de la subjetividad se indaga por cómo la categoría de sujeto se produce en el marco de la constitución, subordinación y exclusión de alteridades.
- b) Un sujeto de la emancipación, de clara inspiración materialista-histórica y psicoanalítica, pero que trasciende los supuestos de estas corrientes (la lucha de clases y el inconsciente, respectivamente). El sujeto es comprendido como un vacío que imposibilita la integridad de las estructuras, en especial las de dominación o de racionalidad. Es el sujeto del deseo tanto como del cambio histórico. La teoría crítica en sus diferentes vertientes presupone este tipo de sujeto.
- c) Un sujeto producto de la sujeción o resistencia a los juegos de poder y verdad que existen en su cultura. Poder y subjetividad tienen un carácter más performativo que ontológico, no existen sino como práctica y como relacionamiento. En sí no hay sujeto, o no existe sino como ideal, lo que existen son procesos de subjetivación a través del cual los individuos se auto conducen en el campo que ha sido configurado para ellos desde afuera a partir de juegos de verdad y de poder que lo componen. Los análisis basados en el pensamiento foucaultiano adoptan esta perspectiva.

El que a nosotros nos compete es el tercero de estos enfoques, al ser predominante en la comprensión de los efectos individuales del ascenso del capitalismo neoliberal y su relación con la forma como los individuos se convierten en sujetos a través de formas de relacionamiento consigo mismos, a la vez que permite comprender el neoliberalismo desde la perspectiva de la gubernamentalidad (Bedoya-Hernández, 2018; Brown, 2017; Laval, 2020; Laval & Dardot, 2013; Rose, 1989, 2007). Ahora bien, la particularidad de esta noción es que se basa genealógicamente, es decir, no está interesado en la constitución histórica del yo como categoría ontológica, sino en la de la historia de las prácticas de relacionamiento consigo mismos que los seres humanos entablan, la forma como derivan una experiencia de sí; igualmente, no se enmarcan en el dominio amorfo de una “cultura” sino que lo hace desde la perspectiva del gobierno (Rose, 1996a).

Si bien Foucault expresa no haber propuesto la subjetivación como un concepto o metodología (Foucault, 1982), si ha sido desarrollado por un sinnúmero de lecturas del pensamiento foucaultiano. Sin embargo, estas comparten un elemento común y es la subjetivación entendida como experiencia de sí, entendiendo como experiencia “la correlación, dentro de una cultura, entre

campos de saber, tipos de normatividad y formas de subjetividad”(Foucault, 1986, p. 10). En particular, la densificación del concepto de subjetivación en la revisión que Deleuze (1987) realiza aporta una operacionalización viable para el ejercicio investigativo:

Hay un saber, una dimensión de objetivaciones y taxonomías. Los objetos de conocimiento son producidos, son formados en sistemas taxonómicos que los describen y comprenden, que les asignan una forma ejerciendo sobre ellos una suerte de dominio desde afuera. Esto se denomina objetivación (Foucault, 1982). Incluso los seres humanos pueden ser objetivados. Para Deleuze (1987) el mejor ejemplo de esto es el estudio de Foucault (1978) sobre la medicina (*El nacimiento de la clínica*) en la cual la práctica clínica producía activamente conocimiento sobre la conducta anormal.

Hay un poder, una dimensión de fuerzas. El poder, como se mencionó anteriormente, no existe ontológicamente, sino que se desempeña como una relación de fuerzas. Las fuerzas no existen en singular, existen en relación con otras fuerzas, y el poder es esta relación (Deleuze, 1986, 1987). Así como el saber produce formas, el poder se ejerce en puntos, momentos en los que se aplica una fuerza o un afecto, y no provienen todos de una estructura central, sino que se ejercen a nivel de todos los puntos en un campo determinado, está conformado de conexiones móviles no localizables (de allí la expresión “microfísica del poder”). En particular, un fenómeno de especial interés en el estudio de estas fuerzas es la forma en que las instituciones moldean el comportamiento de los individuos: El Estado, la Religión, la Familia, el Mercado, el Arte, etc. son prácticas y mecanismos que simplemente existen por la presuposición de ciertas relaciones de poder que son constantes, y simplemente las reproducen. De esta forma, el poder permite conformar un campo normativo.

De ahí que se pueda sostener que el saber y el poder se constituyen mutuamente. Las prácticas de producción y uso de un saber también están inscritas en luchas que persiguen que éste sea reconocido como verdad frente a otros sistemas objetivantes, es decir, luchan por obtener un carácter veridiccional. Así como en el campo veridiccional se puede establecer qué es lo normal y lo anormal, el campo de la norma define qué es lo correcto y lo prohibido.

Y hay una subjetivación. Deleuze utiliza la metáfora de un plegamiento, de un doblez, para explicar que las relaciones de poder de afuera promueven dinámicas en el adentro, pero que el ejercicio de gobernarse a sí mismo se separa de las relaciones de poder y adquiere independencia, el sujeto abraza o rechaza unos principios de regulación interna. El ser humano se relaciona con

una verdad (saber) sobre sí mismo, una objetivación, que bien puede ser una identidad, y con una noción de lo correcto (norma-poder), que bien puede ser un código moral derivado de las normas expedidas por una institución (Deleuze, 1987). El contacto de la interioridad del individuo con esta externalidad forma una moral. De acuerdo con Foucault (1986), moral es:

Un conjunto de valores y reglas de acción que se proponen a los individuos y grupos por medio de aparatos prescriptivos diversos, como pueden serlo la familia, las instituciones educativas, las iglesias, etc. Se llega a tal punto que estas reglas y valores son explícitamente formulados dentro de una doctrina coherente y de una enseñanza explícita [ó] de ser transmitidos de manera difusa y, lejos de formar un conjunto sistemático, constituyen un juego complejo de elementos que se compensan, se corrigen, se anulan en ciertos cruces, permitiendo así compromisos o escapatorias (p. 31).

Así, un código moral no es otra cosa que la forma en que los individuos se relacionan con estas reglas y valores, cómo las obedecen y escapan de ellas, obedecen una prohibición o la burlan, la varían o la transgreden. Esto implica que la subjetivación tampoco es siempre pasiva o servil, puede interpelar y cuestionar el saber y rebelarse ante la norma, es un proceso agonístico. "El punto más intenso de las vidas, aquel en el que se concentra su energía, se sitúa allí donde estas enfrentan al poder, forcejean con él, intentan utilizar sus fuerzas o escapar a sus trampas" (Deleuze, 1987, p. 125).

El concepto de gubernamentalidad también es polisémico entre los pensadores foucaultianos. El esbozo del término en Foucault (2007) fue pensado como una grilla analítica para entender los modos de encauzar la conducta y de gobernar ya no los territorios soberanamente sino las poblaciones jurídica y económicamente, de cómo todas las tecnologías de gobierno se entrecruzan para formar el Estado. En particular, para esta investigación se tomó la interpretación de Christian Laval (2020): Gubernamentalidad es el arte de gobernar a través de la libertad de los individuos, considerándolos de entrada sujetos jurídicos y sujetos económicos, y hacerlo no desde las sanciones sino desde las incitaciones, hacer uso de la libertad de los sujetos, producir activamente la libertad. Las gubernamentalidades son distintas según las corrientes de pensamiento político en las que se basan. El neoliberalismo, por ejemplo, apareció como un arte de gobernar que reinventaba el liberalismo clásico, y que reformaba el campo de gobierno ya no creando

activamente la libertad sino produciendo activamente el mercado. Sin embargo, gubernamentalidad significa operar sobre el mundo de vida cotidiana de los sujetos para que éstos conduzcan su propia conducta alineándose al campo configurado para ellos.

Evidentemente las relaciones entre los juegos de verdad y de poder, y la gubernamentalidad no es fácil de aclarar, debido a que pertenece a dos momentos distintos del pensamiento foucaultiano. Las conexiones de la gubernamentalidad, un concepto que Foucault propuso de manera relativamente aislada en su curso sobre la historia de los artes de gobernar (*Nacimiento de la Biopolítica*) y que no volvió a usar posteriormente, con los conceptos de verdad y poder son organizadas por revisores de la obra como Nikolas Rose (1996a) o Santiago Castro-Gómez (2015). De aquí se puede comprender que los artes de gobernar están basados en unas ideologías que lo naturalizan (verdad) y en unas instituciones y normas que lo configuran (poder). Rose (1996a) incluso propone una clasificación de elementos (tabla 2) que también pueden ser cubiertos en el estudio de la dupla subjetivación – gubernamentalidad que tienen este papel provocador pero no determinante sobre la relación que el sujeto establece consigo mismo, y que ayudan a estructurar los juegos de veridicción y normatividad desde los que él se subjetiva.

**Tabla 2.**

*Prácticas de la gubernamentalidad sobre la relación consigo mismo.*

<b>Dimensión</b>	<b>Concepto</b>
<b>Problematizaciones</b>	La determinación sobre qué debe ser objeto de conocimiento y cómo llega a ser reconocido como una verdad.
<b>Tecnologías</b>	Los medios cognitivos, instrumentales personales o físicos que se usan para gobernar o modelar una conducta y encauzarla en la dirección deseada.
<b>Autoridades</b>	A qué individuos o instituciones se les imbuye de la capacidad de enunciar saberes reconocibles como verdad y cómo llegan a acceder a este poder.
<b>Teleologías</b>	Formas de vida que aparecen ante el individuo como metas o modelos, y requisitos sobre qué debe el individuo saber y hacer para llegar a esta forma ideal.
<b>Estrategias</b>	Cómo se articulan estos cuatro elementos anteriores en el marco de una regulación. Por ejemplo, el cambio jurídico.

*Nota.* Fuente: Rose (1996)

Es preciso aclarar que, para viabilizar esta noción de subjetividad hacia este ejercicio investigativo, el neoliberalismo también puede ser entendido como una racionalidad de gobierno.

Una racionalidad de gobierno es mucho más compleja que una ideología, aunque puede fundamentar ideologías; básicamente, es un entramado de prácticas, pero no es la racionalidad en un sentido weberiano (acción razonada de un agente), sino en el sentido de grandes prácticas históricas articuladas, en especial prácticas de gobierno, y que operan como una condición de posibilidad para la acción (Castro-Gómez, 2015, pp. 32-33). Esto implica que la racionalidad de gobierno es implícita a las prácticas, no las define de forma explícita, sino que es la gramática, desconocida conceptualmente pero muy clara pragmáticamente, con la que ellas emergen.

Esto lo podemos definir mejor si consideramos el neoliberalismo como una racionalidad de gobierno. Prácticamente todos los elementos, todas las prácticas que emergen de esta (problematizaciones, tecnologías, autoridades, teleologías, estrategias) se alinean con una única norma, la de la competencia, y con un único modelo de todos los procesos de subjetivación, la forma empresa (Laval & Dardot, 2013). Esto permite, además, ejemplificar de forma adecuada lo que gubernamentalidad significa:

Gobernar a la manera neoliberal es actuar sobre el medio de tal forma que el individuo evolucione en él respetando las reglas que rigen dicho medio y respondiendo a las incitaciones que éste produce tendiendo a un incremento de su capital. En el interior de cierto espacio de reglas e incitaciones, el individuo es perfectamente libre de actuar como quiera, de manifestar todas las preferencias que le parezca, pero sobre todo debe capitalizar sus propios recursos. El medio que mejor despliega las incitaciones que la capitalización no es más que el mercado, regido por la competencia. La política neoliberal consiste, entonces, en crear y mantener un orden de competencia en que los sujetos serán situados y al que deberán adaptarse funcionando como empresas, es decir, como unidades de capitalización privada (cap. 2, subcáp. 1).

En particular, en este trabajo apostamos por concentrarnos en tres ideales culturales presentes en el capitalismo neoliberal: el empresario de sí mismo, la salud mental positiva y la autenticidad. Estos tres ideales modernos los hemos tomado porque, aparte de que aparecen de una forma muy concreta en el neoliberalismo, cumplen con los tres elementos del concepto de subjetivación: una integridad discursiva, los soportan cuerpos de conocimiento concretos y diferenciados, aunque interrelacionados, que son reconocidos como verdad en el capitalismo

neoliberal. Una grilla normativa, es decir, unas pautas de comportamiento ya sea determinadas jurídicamente o sólo moralmente. Y una ética, es decir, la forma como estos conocimientos y estas normas son interiorizados por el individuo (o, claro está, rechazados o interpelados), para formar prácticas dirigidas hacia sí mismo.

### 3.3.2. *El empresario de sí mismo*

El primero de los ideales teleológicos que operan sobre la producción de subjetividad en la subjetivación neoliberal y el principal en la literatura respectiva es el del empresario de sí mismo. Inicialmente, Foucault había sugerido que las racionalidades de gobierno fundadas en el liberalismo partían de una noción de ser humano como “homo oeconomicus”, pero en el gobierno neoliberal este arquetipo es distinto. El neoliberalismo teórico explorado por Foucault analiza un proyecto de sociedad basado no en la regulación del intercambio como en el liberalismo clásico, sino en mecanismos de competencia. Una sociedad de seres humanos entendidos no sólo como consumidores, sino como empresarios-productores, así sea de su propia satisfacción, que tienen el trabajo por decisión y que existen en función del incremento de sus capitales.

El homo oeconomicus es un empresario, y un empresario de sí mismo. Y esto es tan cierto que, en la práctica, va a ser el objetivo de todos los análisis que hacen los neoliberales: sustituir en todo momento el homo oeconomicus socio del intercambio por un homo oeconomicus empresario de sí mismo, que es su propio capital, su propio productor, la fuente de [sus] ingresos (Foucault, 2007, pp. 264 y 265).

Esto lleva a que, en todos los sistemas donde pueda producirse gubernamentalidad (Foucault lo ejemplifica con el sistema penal), el sujeto individual se evalúa como homo oeconomicus, un sujeto que invierte en una acción, espera una ganancia y acepta el riesgo de una pérdida, que avanza por medio de la elección estratégica de medios, vías e instrumentos (Foucault, 2007).

No obstante, el uso de la noción de empresario de sí mismo al abordaje de realidades empíricas en el análisis de la cultura organizacional y de la subjetividad trabajadora inicia con Nikolas Rose a fines de los 80 y Paul Du Gay en los 90. Rose lo entiende desde la



gubernamentalidad como la reconfiguración del campo de gobierno. De acuerdo con Nikolas Rose: (2007):

El gobierno de un rango entero de aparatos previamente sociales debe ser reestructurado de acuerdo con una imagen particular de lo económico: el mercado. El gobierno económico ha de ser de-socializado en nombre de la maximización del componente emprendedor de cada individuo (2007, p. 129).

De esta manera, la reingeniería de los procesos empresariales se justifica como reacción a una globalización intensificada, y que apunta a desarrollar continuamente formas creativas de adaptación a condiciones cada vez más cambiantes, y una permanente construcción de estructuras de acción menos mecanicistas y burocráticas y más empresariales. El pensamiento *managerial*, primero, pasa por una adopción realizada a nivel organizacional de los principios económicos-políticos neoliberales y, posteriormente, una difusión de estos mismos principios discursivos a la clase trabajadora a través de la cultura organizacional (Du Gay, 1996a).

La noción de «empresa» ocupa una posición absolutamente crucial en los discursos contemporáneos de la reforma organizacional. Propone una crítica de la «cultura burocrática» y se ofrece como la solución de los problemas planteados por la «globalización», mediante el bosquejo de los principios de un nuevo método de gobernar la conducta organizacional y personal (Du Gay, 1996b, p. 257)

Evidentemente, para hablar de subjetivación es necesario hablar de regímenes veridccionales y normativos, y para hablar de gubernamentalidad es necesario considerar el campo de acción normativo dispuesto para la conducta del individuo. Esto implica que el discurso administrativo, el elemento veridiccional de este cambio, se establece como una forma de conocimiento sobre la realidad trabajadora, ahora no sólo esgrimido por los managers sino aceptado y reproducido por los trabajadores en la interpretación de su propia realidad. Esto es entendido por Alonso-Benito y Fernández-Rodríguez (2020) como managerialismo popular. El elemento normativo, por otro lado, está dado no sólo por todo el contexto económico-político, que incluye el proceso jurídico de deslaboralización, o si se quiere, legalización del trabajo flexible (Vallecilla,

2018), sino también por el cambio normativo al interior de las empresas respecto a las vinculaciones laborales.

Con respecto al campo de acción, Du Gay señala que se ejerce un proceso de “contractualización”, es decir, una reinención de lo social como una forma de lo económico. Un modo contractual de entender no sólo las relaciones entre instituciones sino también entre estas y los individuos. Contractualización significa la asignación del cumplimiento de una función/actividad a una unidad independiente de gestión, ya sea individual o colectiva, que responsable de su desempeño de la forma más eficiente posible; de esta manera esta unidad adquiere una identidad o personalidad empresarializada. Empresarializar colectividades e individuos en el proceso de contractualización implica que instituciones, prácticas, bienes y otros elementos se enjuicien y evalúen en términos de criterios económicos (Du Gay, 1996b). Estas condiciones replantean considerablemente la forma como el trabajador considera que debe responder a este nuevo panorama. De acuerdo con Du Gay:

Puesto que se considera que un ser humano está continuamente embarcado en un proyecto para dar forma a su vida como individuo autónomo y capaz de elegir, movido por el deseo de optimizar el valor de su existencia, esta se le representa como un terreno único y básicamente indiferenciado para la prosecución de esa tarea (Du Gay, 1996b, p. 260).

En la cultura organizacional la difusión de esta racionalidad y la imposición al trabajador de este campo de gobierno se dispone de varias maneras. Cabanas e Illouz (2019) identifican por lo menos tres: el incremento de la responsabilidad del trabajador disfrazado de un aumento de la autonomía y libertad en el trabajo; la comprensión del trabajador como capital humano, y no fuerza de trabajo, responsable de invertir a través de sus propios medios; y el paso de vinculaciones empresariales centradas en carreras a aquellas centradas en proyectos. Este cambio de condiciones impulsa a que el mismo trabajador se entienda como una entidad que debe luchar por sí misma, que debe autoadministrarse, que toma las riendas de su destino y, por ende, de su vida laboral, y esté dispuesto a invertir en sí mismo.

A esto, se añade lo descrito por Rose (2007). El individuo, en sí, al ser un agente activo de su propio gobierno económico, es instado a no entender el trabajo como una obligación social. El trabajo se convierte para la clase trabajadora y la gerencial como un territorio de autopromoción,

en que el sujeto debe desarrollar y publicitar sus capacidades productivas. Esto implica, por ejemplo, el establecimiento de marcas personales en el trabajo (Alonso-Benito & Fernández-Rodríguez, 2020).

Esto es problemático, porque lleva a comprender, por ejemplo, fenómenos como el desempleo no en función de las condiciones macroeconómicas que lo producen sino como una falta que los individuos tienen en el desarrollo de las habilidades requeridas por la competición, de las aptitudes “psicológicas, disposicionales y aspiracionales de aquellos que la constituyen” (Rose, 2007, p. 128), de manera que a nivel político-económico la formación y estímulo de emprendedores pasa a ser una solución para este, en vez de la generación de empleo. El declive económico busca ser resuelto a través de favorecer y estimular a los individuos portadores de habilidades, flexibilidad y aspiraciones de autopromoción. De esta manera no sólo los trabajadores, sino la sociedad en general es instada a desarrollarse de la manera empresarial para tener una oportunidad en el nuevo campo de gobierno de los sujetos.

Para Sennet (2006) la flexibilidad laboral también redimensiona importantes aspectos de la producción subjetiva, entendiéndolo con el concepto de *carácter*. La inestabilidad y la fragmentariedad producida por este nuevo sistema impacta sobre la producción de identidad y memoria en los individuos.

- A) EL TIEMPO: La conducción de sí mismo se produce a corto plazo. No es posible identificarse durante muchos años con una misma institución o grupo, la pertenencia a las empresas pierde su poder centralizador para articular la relación del trabajador con el tiempo. El individuo se encuentra hoy desempeñando esta actividad, y en poco tiempo debe migrar a otra nueva, otro entorno social. Esto lleva a que el sujeto articule su vida no a lo largo de un proyecto continuo, sino a través de múltiples ciclos, reduciendo su conciencia de sí mismo.
- B) EL TALENTO: Las habilidades que se desarrollan en la economía neoliberal son de corta vida (más que nada en los trabajos inmateriales o de base tecnológica). En vez del modo artesanal de aprendizaje de habilidades, centrada en el conocimiento profundo de una única tarea, se reemplaza por aprendizajes rápidos de habilidades cada vez más diversas y efímeras. La cultura meritocrática alrededor de la que se elabora un relato personal ya no

gira en torno al dominio de una única tarea, sino a su potencial por dominar nuevas todo el tiempo.

- C) LA RENUNCIA A LOS REFERENTES DEL PASADO: La vida laboral adopta la misma dinámica del consumo, es estructurada por una búsqueda permanente de novedad y nuevas experiencias. El trabajador debe estar dispuesto permanentemente a descartar las experiencias vividas en términos de su importancia para estructurar su propio relato y ser capaz de iniciar de nuevo en cualquier momento.

### ***3.3.3. Psicoindustrias, psicociencias y positividad en el trabajo***

El segundo de los ideales que transversaliza la producción de subjetividad contemporánea es el del bienestar psicológico y las emociones positivas. Como se mencionó anteriormente, la mercantilización de las emociones lleva a una proliferación y desarrollo de industrias psi, esto es, el surgimiento y crecimiento de sectores enteros dirigidos al establecimiento del bienestar emocional y la salud mental como una experiencia que simultáneamente se produce y se consume (Illouz, 2014b). Esto implica un proceso paulatino mediante el cual la psicología se posiciona como autoridad en el campo de saberes por encima de otros discursos (por ejemplo, los religiosos) como forma predominante para entender el comportamiento humano.

La racionalización moderna fue fundamental para el establecimiento del saber científico y, dentro de éste, el psicológico como forma de objetivar el dominio anteriormente reservado al alma en la cultura premoderna; así la institución moderna de la ciencia se impone como verdad sobreponiéndose sobre las formas religiosas de comprender el comportamiento humano (Illouz, 2010, 2014a). Para Bedoya (2018), esto se puede leer, además, en clave foucaultiana. Los conocimientos científicos psicológicos se diseminan y reproducen en la cultura con diferentes usos: se convierten en un saber autorizado que objetiva el comportamiento y la interioridad humana y es tomado por el sujeto contemporáneo también para objetivar y administrar su propia interioridad, lo que homogeniza bajo la verdad psicológica un modo de subjetivación. Esto implica, de acuerdo con el autor, varios aspectos:

- A. La problematización de objetos de conocimiento: la conducta, los pensamientos, las motivaciones, los sueños, se convierten en objeto de conocimiento para las autoridades así como de interés para los públicos psi.
- B. Se establece un lenguaje, una tecnología conceptual que delimita y precisa estos objetos, y crea autoridades expertas que portan este lenguaje (psicólogos).
- C. Se establece una dicotomía con alcance normativo, entre lo considerado normal-anormal.
- D. Se establece una taxonomía de sujetos, basada el avance de este lenguaje para abarcar cada vez más áreas de las vidas de las personas, aun cuando no se clasifique como patológica.
- E. Se crean instrumentos para el logro de esta clasificación, tecnologías para el cálculo de la subjetividad.
- F. Se producen claves para la conducción y autoconducción de los sujetos. Los públicos psi se apegan a las autoridades psicocientíficas y permiten que muchos aspectos de su subjetividad sean objeto de intervenciones por parte de otros y de sí mismos. Bedoya-Hernández (2018) y Rose (1996b) sostienen que esto puede considerarse una labor de gobierno.
- G. Los modos de subjetivación se uniformizan, distintas áreas (educación, enfermería, medicina) grupos de actores sociales (políticos, asociaciones de ciudadanos, defensores de derechos), etc., apelan al saber psicológico como verdad para comprender la conducta humana.

Para Illouz el tránsito de la psicología de disciplina científica a autoridad legitimada como discurso sobre lo humano se produce a través del desarrollo de las industrias psi a lo largo de la primera mitad del siglo XX: primeramente, con los servicios psicológicos vendidos a individuos, escuelas u organizaciones; posteriormente, como libros de autoayuda, talleres y counseling, lo cual marcó su amplia difusión en la cultura popular y, por último, como parte de las prácticas de marketing donde se usó para el control y estímulo de la conducta del consumidor (Illouz, 2014b).

El trabajo moderno es uno de los entornos más importantes para comprender el avance y los usos del régimen veridiccional-normativo de las psicociencias y en sus modos de subjetivación. Las organizaciones durante el siglo XX se valieron del conocimiento psicológico para intentar encontrar soluciones a los problemas de productividad y disciplina en la empresa (Rose, 2008). Para Rose (1989), debido a los hallazgos científicos que permiten ubicar la dimensión psicológica

del trabajo, entenderlo como fuente de satisfacción de sus necesidades y autorrealización, la subjetividad del trabajador aparece como algo que no necesariamente debe entrar en conflicto con los fines de la organización sino que puede ser alineado a la persecución de productividad, eficiencia y competitividad, a través del proceso de “humanización” del trabajo. La subjetividad del trabajador era vista como algo que podía ser explorado, entendido, y regulado a través de tecnologías racionales que permitieran administrar lo personal e interpersonal.

Esto incluye, por ejemplo, la cultura de las pruebas de personalidad y de otras variables organizacionales que pudieran ubicar y medir asociaciones entre rasgos personales y productividad o explorar los aspectos psicológicos de un candidato que predijeran alto rendimiento. En otras palabras, “a través de categorizaciones y clasificaciones basadas en la psicología, el comportamiento emocional se impuso como criterio central para evaluar y predecir el comportamiento económico” (Illouz, 2014b, p. 47). El ámbito empresarial se convierte en un espacio de promoción de la positividad emotiva. Lo “no positivo” simplemente no es deseable, no es beneficioso para los procesos productivos o la cooperación en el trabajo, las emociones debían ser gestionadas y racionalizadas tanto por trabajadores como por supervisores o gerentes.

El personal era instado a sostener dinámicas de gestión de las relaciones interpersonales y de la realidad interior a través de la idea de que las emociones debían ser objeto de introspección, de comprensión. De que debían superarse las emociones negativas en pro del equilibrio entre la autonomía y el cuidado. Se promovía que se desarrollaran temperamentos maleables dado que esta flexibilidad facilitaba la cooperación. Esto implicaba promover racionalidad y contención emocional por parte de los líderes, por ejemplo, para legitimar el liderazgo:

La racionalidad exigía un alto control de los sentimientos; especialmente, de la ira y otras emociones negativas como la envidia, los celos y la venganza. Además, también se imponía fuertemente una actitud alegre porque facilitaba la cooperación. El espíritu de equipo, el optimismo, la alegría, la empatía hacia los demás pasaron a considerarse, en aquel momento, los atributos de un buen gerente (Illouz, 2014b, p. 51).

Pero como lo observa Du Gay (1996a), esta responsabilidad de la autogestión emocional en el neoliberalismo pasa de ser exclusiva de los gerentes a descender en la jerarquía organizacional junto con todo el resto de discurso managerial a ser un conocimiento básico necesario para los

trabajadores. La administración del panorama emocional y de la positividad en la organización ya no es externa, sino vista como una responsabilidad de cada trabajador. Esto a nivel de gubernamentalidad es relevante, dado que pasa de ser un discurso objetivante a ser abrazado por el trabajador con un alto potencial subjetivante.

Si bien el período anterior a los años 80 estuvo marcado por una psicología humanista en la que la densificación psicológica del trabajador había fundamentado gran parte del sistema de protección social (por ejemplo, el sistema de las necesidades humanas), también la flexibilización del trabajo redujo el compromiso de las empresas por esta dimensión y confluó con una emergencia de la psicología positiva, más mecanicista y neutral, y más hedónica, es decir, basada en la expansión de la idea de felicidad como estándar emocional para la gestión de las personas, y para la autogestión del rendimiento en el trabajador (Cabanas & Illouz, 2019). La felicidad es vista y promovida como un factor fundamental no sólo para la garantía de los derechos de los trabajadores, sino como un asunto individual y simplificado, de la siguiente manera:

Según los psicólogos positivos, la felicidad es precursora de una mayor productividad en los trabajadores, de un mejor encaje de los mismos con la cultura organizativa de la empresa, de un mayor compromiso con sus propios objetivos, de una más saludable adaptación a los cambios permanentes del entorno laboral o de una mayor resistencia al estrés, la ansiedad y el *burnout*. Los trabajadores más felices también muestran una mayor autonomía en su trabajo, se arriesgan más y persiguen metas más difíciles y ambiciosas, toman decisiones más eficientes y creativas, manejan mejor las relaciones sociales y tienen más probabilidades de conseguir mayores sueldos y mejores resultados en el futuro (Cabanas & Illouz, 2019, pp. 101-102).

Es decir, se produce una inversión de los términos humanistas, también incrementando la responsabilidad individual que recae sobre el trabajador en la gestión de su propio bienestar: desde esta nueva lógica ya la felicidad no es el resultado del éxito y las buenas condiciones laborales, por el contrario, el alto rendimiento es la consecuencia de la felicidad, es el trabajador quien asume la responsabilidad de enfrentarse de manera flexible y positiva a condiciones que bien pueden ser altamente fragmentarias, precarias e inciertas. Conceptos como inteligencia emocional son vistos por Illouz (2014a) como la consumación de esta intención: es un concepto que en el ámbito

empresarial se adopta y se reconoce como principal predictor del desempeño laboral, abarca aspectos psicológicos organizados de acuerdo con la idea neoliberal del individuo que persigue sus propios fines y puede monitorear y alinear sus experiencias emocionales para ello. Fundamenta intervenciones que buscan que el individuo pueda alinearse a esa forma de relacionamiento con sus emociones de manera funcional, orientada al cooperativismo y a la eficiencia.

En síntesis, la psicología participa activamente como sistema de gestión de las personas en la modernidad industrial, en que la psicología ha servido para la objetivación del trabajador. No obstante, la subjetivación aparece cuando éste se apropia de estos discursos psicológicos que lo han sondeado, descrito y administrado para autoadministrar su propio acontecer emocional. Esto se realiza de diferentes maneras, pero una de ellas es a través del consumo de emodities. Así, el trabajador realiza esfuerzos para alinear su propia experiencia psicológica a las exigencias del mundo laboral. Con el nuevo énfasis en la positividad emocional, el neoliberalismo y la flexibilización del trabajo llevan a una individualización cada vez mayor de la persona en términos de la responsabilidad sobre su bienestar psicológico, de manera que el bienestar laboral en vez de entenderse como un efecto de las condiciones de trabajo, pasa a ser entendido como una condición *sine qua non* para el rendimiento, y éste a su vez, un ingrediente para el avance personal ya no en la carrera sino en el propio proyecto de vida.

#### ***3.3.4. La capitalización de la autenticidad: subjetivismo expresivo y marca personal***

La autenticidad se puede localizar como el tercero de los ideales culturales de la modernidad que participan en la producción de subjetividad en el trabajo en el neoliberalismo y que cumplen un papel teleológico en la gubernamentalidad neoliberal. Por “autenticidad” se puede entender una construcción cultural a la vez que un concepto objeto de discusión filosófica que hace referencia a cómo individuos y grupos establecen un estatuto de “verdadero” a características que atribuyen a sí mismos, estatuto asociado a la originalidad e individualidad, y muy a menudo en contraposición a normas y relaciones de poder que actúan sobre ellos de forma explícita (C. Taylor, 1994, 1996).

En el desarrollo de la sociedad moderna, según Honneth (2004), la noción de autenticidad ha acompañado el proceso que en sociología se conoce como individualización. Es decir, un aumento de la división social del trabajo de las sociedades capitalistas, es decir, la base de una pluralización cada vez mayor de los roles desempeñados, filiaciones y compromisos individuales.



Esta pluralización permitió una exaltación de la libertad individual y de la producción de originalidad biográfica, pero a costa de una experiencia de aislamiento y conformismo social para el individuo moderno.

De acuerdo con Simmel (2007), el proceso de individualización se produce en dos direcciones, por un lado, el incremento de autonomía individual y, por otro, la creación de autenticidad. Según Simmel (2007) el renacimiento italiano y el romanticismo alemán participaron significativamente en este proceso a través de convertir la autenticidad en el epicentro del comportamiento moral del individuo. Si bien el primero contribuyó a generalizar una búsqueda de la distinción individual, el segundo profundizó esta búsqueda al exaltar ideas como la exploración de la propia personalidad, la búsqueda de su valor y significado únicos, y el probarse a sí mismo a través de alguna acción extraordinaria como un logro creativo, una acción o una conducta ejemplar (Simmel, 2007). En la lectura de Honneth (2004, p. 465), también el romanticismo alemán llevó al fortalecimiento de una idea de libertad individual que estribaba en la elaboración de cualidades singulares e irremplazables a lo largo de la historia individual, para formar una personalidad auténtica.

Por su parte, Taylor (1994) identifica el pensamiento de la Ilustración (principalmente el pensamiento de Rousseau y Herder) como articuladores de una idea de autenticidad que ya estaba tomando forma. Para Taylor, el aporte rousseauiano consistió en establecer la libertad autodeterminada como imperativo moral, un contacto íntimo consigo mismo independiente de las pasiones inducidas por la dependencia hacia los otros, en términos de trascender el dominio de imposiciones externas. “Rousseau presenta con frecuencia la cuestión de la moralidad como si se tratara de seguir la voz de la naturaleza que surge de nuestro interior” (C. Taylor, 1994, p. 62). Por otro lado, el autor señala el aporte de Herder, que se sintetiza en la idea de que cada uno de nosotros tiene una forma original de ser humano, cada persona es su propia medida. De esta manera, sintetiza sobre la autenticidad que:

Esta es la poderosa idea moral que ha llegado hasta nosotros. Atribuye una importancia moral crucial a una suerte de contacto con uno mismo, con mi propia naturaleza interior, que considera en peligro de perderse, debido en parte a las presiones para ajustarse a la conformidad exterior, pero también porque, al adoptar una posición instrumental conmigo mismo, puedo haber perdido la capacidad de escuchar esta voz interior. Y eso hace

aumentar la importancia de este contacto con uno mismo introduciendo el principio de originalidad: cada una de nuestras voces tiene algo propio que decir (C. Taylor, 1994, p. 65).

Taylor, no obstante, es de la posición según la cual el desarrollo del problema de la autenticidad a lo largo del siglo XX pasa por un proceso de degradación y trivialización al interactuar con el advenimiento de la sociedad industrial, el crecimiento de las ciudades y la ruptura de los lazos identitarios tradicionales (C. Taylor, 1994). Si bien es cierto que la noción de autenticidad ha hecho relevantes las discusiones sobre identidad en este período y alimentado las luchas por el reconocimiento identitario para ciertos grupos en la modernidad (C. Taylor, 1993), también señala que esta noción se desliza hacia formar una cultura narcisista que el autor entiende como “subjetivismo expresivo” (C. Taylor, 1996), un desplazamiento de la constitución moral del individuo hacia la fidelidad a uno mismo, una priorización moral de la propia autorrealización y el autoconocimiento, en detrimento de reconocer exigencias morales colectivas y externas cualquiera que sea su origen (tradicción, religiosidad, naturaleza, etc.) y un desentendimiento de la vida política.

Illouz (2019b) considera que este deslizamiento es la base de la conexión entre la autenticidad y la experiencia moderna de las emociones. Señala cómo en la cultura moderna la idea de autenticidad, a través de productos culturales masivos como la literatura y el cine, se articula con formas particulares de entender las emociones. Se atribuye a la emoción un estatuto no sólo expresivo, sino también epistémico, pues son valorados en tanto la experiencia emocional contenida en el producto cultural en cuestión puede llevar al espectador a reflexionar sobre quién es él mismo. Incluso aunque los productos culturales tengan contenido ficcional, expresan “verdades emocionales”, al hacer alusión al mundo interior del autor y ser compartido por las comunidades que lo consumen.

La realidad objetiva pasa a ser menos importante que las maneras como las propias emociones establecen la verdad de la propia experiencia. Muchas culturas, si no la mayoría de ellas, no ubicarían la verdad y el valor de una experiencia en su emocionalidad, y en cambio la cultura moderna ve la emocionalidad como fuente de verdad (Illouz, 2019b, p. 268).

Sin embargo, la noción de autenticidad no sólo se reivindica a través de la literatura. Adicional a esto, Illouz (2019b) señala que también los dispositivos psicoterapéuticos son entornos de producción de autenticidad. La recuperación del ser “auténtico”, a través del desarrollo del psicoanálisis y la psicoterapia, pasó a convertirse en un objetivo de los distintos dispositivos terapéuticos y reconocerse como un signo de salud mental.

Así, la autenticidad, de acuerdo con la autora, es una experiencia que se produce a través del consumo de emodities. De la misma manera en que propone tres grupos de emodities: las relacionadas con liberación emocional, relaciones interpersonales y bienestar psicológico (Illouz, 2019a), también señala que el consumo de emodities se vincula a la experiencia de autenticidad cuanto menos de tres formas: a) a través de la recuperación del pasado, por medio del consumo de la práctica psicoterapéutica; b) a través del ocio, por medio del consumo de objetos, experiencias, espacios y atmósferas diseñados que se presentan como “auténticos” para el consumidor y que estimulan los sentidos; y c) a través de la transformación personal proyectada hacia el futuro, por medio de la cultura de autoayuda y espiritualidad new age, según las cuales se puede avanzar hacia una versión mejorada de sí mismo a través de narrativas psicológicas de autodescubrimiento y realización personal (Illouz, 2019b).

Lo más relevante para el presente marco referencial es la forma en que la autenticidad se articula dentro de los entornos laborales y adquiere un carácter contradictorio al ser puesta como un elemento clave en la producción capitalista. El mundo del trabajo calificado a fines del siglo XX, según Honneth (2004), es un escenario que en mayor o menor medida exige la producción de autenticidad, de originalidad biográfica, lo que acentúa la confusión sobre si la forma como los trabajadores generan una experiencia de autenticidad es genuina o es motivada por su percepción de las exigencias de la institución del mercado.

Esto se puede ver en la centralidad que la autenticidad ha tomado en el discurso organizacional. Una revisión reciente del concepto de autenticidad en el campo organizacional (Cha et al., 2019) muestra que esta noción ha generado constructos como el de liderazgo auténtico, entendido como el grado en que un líder muestra su verdadero self, a través de la comprensión de sus propias fortalezas, debilidades o impacto en otros, actúa de manera transparente, y alinea su comportamiento con sus propias convicciones morales; o el funcionamiento auténtico, que denota un desempeño laboral cotidiano basado en sus propias creencias y un procesamiento sin sesgos o

distorsiones sobre su realidad laboral; y la personalidad auténtica, entendida como la consistencia de sus acciones con la consciencia de sus estados emocionales, fisiológicos y cognitivos y una baja influencia de las expectativas y creencias de los otros en su comportamiento. La revisión muestra que, salvo en algunos contextos, estos tres constructos se consideran predictores de fenómenos deseables en las organizaciones como el bienestar, el engagement laboral, influencia positiva en el desempeño propio y de colaboradores, y mejoramiento de la imagen y desarrollo de la carrera.

Más allá, Fleming (2009) examina la forma en que los estilos de management trascienden de unos centrados en los controles técnicos, burocráticos y culturales, a otros donde se valora la autonomía de los empleados para ser ellos mismos, manifestar aspectos no laborales de la persona (como preferencias, identidades y estilos de vida) en los entornos laborales, bajo la creencia de que esto se asocia con productividad superior y apertura a la innovación. Fleming considera que la autenticidad se articula en una retórica que refleja los axiomas de la identidad individual y el racionalismo de mercado, en la medida en que la esfera privada del individuo es puesta dentro de los activos que la organización puede poner en funcionamiento. Esto apoya la idea defendida por Honneth (2004), según la cual la multiplicación de exigencias hacia la autorrealización individual se convierten en parte de las expectativas institucionales y organizacionales, convirtiéndose en parte de la legitimación del sistema económico.

De la misma manera en que las empresas se relacionan desde la afectividad con los consumidores y participan en sus procesos de producción simbólica (Vidal Auladell, 2014), los sujetos también son instados a crear una marca personal. De acuerdo con Alonso-Benito y Fernández-Rodríguez (2020), la marca personal es un dispositivo managerial que trabaja sobre la presentación del self en la vida cotidiana que está basado en la promoción personal, en el deseo de realzar una imagen social ante los demás, en la que se conjuguen tanto el carácter único e irreplicable del individuo como su capacidad de construir maneras de sondear los intercambios mercantiles. La marca personal aparece como una característica que puede construirse, adquirirse, a través del trabajo sobre la propia imagen, y que de la misma manera en que las marcas diferencian a las empresas desde la semiótica y la afectividad, las marcas personales diferencian a los trabajadores en la misma lógica.

En esta lógica y según los autores mencionados, el individuo se sujeta a un entorno que, hipotéticamente, reconoce a aquellos agentes más notorios, más consistentes y atractivos para los

usos empresariales, e interioriza el deseo de ser reconocido en el mercado de trabajo, adaptando su imagen a los perfiles productivos e incluso emocionales que demanda el mundo empresarial:

Todo el alegato sobre la marca personal modula, como código prescriptivo, uno de los aspectos fundamentales de constitución de la personalidad contemporánea: la forma de crear la imagen de uno mismo que se transmite a los otros. Imagen que aquí trata de unificar lo profesional y lo íntimo, de tal forma que el concepto más genuino que caracteriza a la mercancía, la marca comercial, se convierte en el principal identificador de la persona (Alonso-Benito & Fernández-Rodríguez, 2020).

En síntesis, la autenticidad es un ideal moderno producido por el proceso de individualización en la división del trabajo de las sociedades modernas. Este ideal representa un vuelco hacia la búsqueda de originalidad personal dentro la interioridad de la persona, es decir, el logro de una autorrealización. En el neoliberalismo, este ideal cultural se vuelca hacia el subjetivismo expresivo, es decir, una ética que focaliza el deseo propio como direccionamiento moral por encima de los compromisos sociales, y hacia la marca personal, es decir, la construcción de esta autenticidad como manera de resaltar en el campo configurado por el mercado.

### ***3.3.5. Comentario con respecto al cuerpo en la producción de subjetividad en el neoliberalismo***

Este apartado, escrito con posterioridad al análisis, tiene como objetivo determinar la participación del cuerpo en el proceso descrito. Las emociones involucran al cuerpo siempre. La teoría constructivista de las emociones tiene una posición sobre el problema mente-cuerpo que se fundamenta en el monismo materialista, es decir, la asunción de que tanto cuerpo como mente forman una sola entidad aun cuando la ciencia psicológica y la filosofía de la mente trabajen sobre la respuesta a la pregunta acerca de cómo la actividad electroquímica del sistema nervioso se convierte en actividad representacional (Dennet, 2014; Kandel, 2007). Así, son instancias que pueden experimentarse de manera separada pero que hacen parte de una unidad. La lógica subyacente a la teoría constructorista puede encontrarse en un texto de William James (1884) según el cual los eventos emocionales ocurren con posterioridad a las reacciones fisiológicas que

reconocemos como tales, de las cuales muchas están codificadas como respuestas instintivas para la supervivencia. En otras palabras, no se nos acelera el pulso, y corremos porque tenemos miedo. Experimentamos el miedo porque se nos ha acelerado el pulso y hemos corrido.

La reelaboración que realiza la teoría constructivista sobre las emociones, cimentándose sobre los hallazgos de las teorías posteriores, según Tappolet (2016), las conativas, cognitivas y perceptuales, pone un acento marcado sobre el papel del lenguaje y de la cultura en la construcción representacional posterior a las respuestas instintivas que toman como base las emociones. En la actualidad, la neuropsicología, como lo aclara Damasio (2005), entiende que hay estados que impulsan a un organismo hacia ciertos comportamientos, como respuestas inmunes, reflejos básicos o regulación metabólica, que a lo largo de la vida del individuo se reelaboran en respuestas más elaboradas como los comportamientos de dolor y placer. El dolor y el placer señalan la preferencia o evitación de determinados estímulos. Y de ahí, se ramifica hacia distintos instintos y motivaciones, abordando en estas tres etapas ontogenéticas el aspecto conativo e instintivo, al parecer, destinadas en mayor o menor medida a establecer las tendencias conductuales que garantizan la integridad del organismo vivo. Hasta aquí, los aspectos observables de los estados afectivos se parecen en el ser humano a los de cualquier otro mamífero. No obstante, las emociones son aún un aspecto de mucha mayor elaboración que se produce evolutivamente por la diversificación de la vida social humana en la historia de la especie.

Damasio (2005) describe tres: emociones de fondo, que identificamos como estados de ánimo, poco definibles, pero que influyen sobre la interpretación de la realidad, y que derivan estados de actividad o inactividad (una vez más, mayormente corporal). Emociones primarias, propuestas inicialmente por Ekman (1984), que parecen ser universales a todas las culturas (sorpresa, tristeza, miedo, disfrute, asco, ira y alegría), pero cuyas controversias actuales indican que hay una variabilidad intercultural muy importante en las expresiones faciales y activaciones fisiológicas que deberían identificar a cada una de ellas (Feldman-Barrett, 2006; Feldman-Barrett & Russell, 2015), aun cuando hay cierta homogeneidad en los desencadenantes que las provocan (Damasio, 2005). Damasio, identifica en tercer lugar el amplio y diverso repertorio de emociones sociales, es decir, aquellas reelaboraciones de las emociones básicas que producen estados que forman combinaciones complementarias o contradictorias de emociones básicas y estados de ánimo, y que tienen una gran variabilidad sociocultural. Ejemplos de estas son la turbación,

simpatía, indignación, vergüenza, esperanza, culpabilidad, desdén, etc. y que están relacionadas con el resultado de las interacciones sociales.

Desde el enfoque constructivista, todas las emociones se categorizan como conceptos emocionales, en especial las emociones llamadas por Damasio (2005) como emociones sociales. Aunque la mayoría de las respuestas fisiológicas percibidas por el individuo son en un principio, instintivas, la asociación de estas con las situaciones, palabras y símbolos culturales permite que estas puedan repetirse en situaciones nuevas no instintivamente asociadas a ellas, y que también puedan ser evocadas tras el uso o exposición a ciertos símbolos. Esto explica de qué manera la construcción cultural de la tristeza, por ejemplo, no está asociada en la cultura occidental sólo con la quietud y baja activación corporal sino también a situaciones narrativas de pérdida, a colores como el azul o gris, o tonalidades menores en la música (Nussbaum, 2008), por nombrar unos pocos elementos estéticos semióticos. Pero también que la ira pueda expresarse a través de códigos corporales (como aceleración del pulso cardíaco, o gestos bruscos y agresividad física), así como de formas que no implican ningún código corporal, pero que influyen sobre la evaluación y percepción que el individuo realiza sobre la realidad. Esto es, que puede justificar a través de su razonamiento actos de violencia o percibir con mayor facilidad una situación como una amenaza.

Así las experiencias emocionales son construidas a partir de la interocepción, de la experiencia del cuerpo. En algunas de ellas, las sensaciones interoceptivas (la información proveniente del cuerpo) juegan un papel importante porque son el fundamento de su construcción. Pero en muchas otras, los signos que identifican cada experiencia emocional son eminentemente representacionales sin manifestaciones fisiológicas o corporales identificables ni por el sujeto ni por el monitoreo endocrino o de neuroimagen. La constante construcción de las emociones también posibilita que los sujetos se vean instados a realizar trabajo sobre las emociones (*emotion work*) de la manera en que Hochschild lo entiende (1983). Es decir, utilizar pensamientos, utilizar acciones corporales o utilizar gestos faciales para inducirse estados emocionales previamente construidos dentro de su socialización dentro de una determinada cultura, y asociando tales estados con la particularidad de las demandas de una situación de interacción social concreta. El cuerpo aparece como un territorio donde se experimentan las manifestaciones de algunas de las emociones, pero también uno que se busca intervenir para poder experimentar otras emociones.

Las emociones priorizadas en este trabajo son las emociones sociales, puesto que estas son producidas activamente en el interjuego entre la ontogenética individual y las especificidades

acumulativas de las interacciones sociales, el aprendizaje del lenguaje y la socialización (y transformación) de la cultura. La mercantilización de las emociones produce activamente conceptos emocionales dentro de la cultura que los individuos adoptan y experimentan. En particular, aquellos emodities que buscan producir atmósferas se dirigen a estimular estados de ánimo, es decir, emociones de fondo, por medio de signos sensoriales que pueden estimularlos o que producen placer meramente sensorial (Schwarz, 2019), es decir, apuntan directamente al cuerpo y se basan en la tecnificación de un conocimiento sobre la asociación entre estímulos y estados de ánimo. Los emodities relacionales buscan incentivar emociones ligadas con la conexión interpersonal y aunque no estén dirigidos al cuerpo, el consumidor los puede experimentar y expresar mediante su corporalidad en los rituales sociales donde tales emodities son consumidos (por ejemplo, un abrazo después de un regalo a una amistad o familiar), en códigos previamente definidos culturalmente acerca del significado del cuerpo.

Sintetizando lo anteriormente dicho, el cuerpo participa de la construcción de los conceptos emocionales al ser la interocepción la materia prima de estos. Pero también participa como interfaz de expresión facial o motriz de estos de acuerdo con los códigos corporales que en la cultura y el lenguaje se asocian con los conceptos emocionales, es decir, comunica estados emocionales. Y también es intervenido de diversas maneras cuando se intenta cambiar una experiencia emocional que no considera deseable, es decir, a través de él se desarrolla la producción activa e intencionada de las emociones.

Con respecto a la subjetividad y el cuerpo, las prácticas de subjetivación en tanto ética (prácticas hacia sí mismo con referencia a un régimen de verdad y de normas), igualmente pueden o no involucrar la corporeidad, pero el estudio que tiene el concepto como base explora un caso en el que sí. El cuerpo es, de primeras, la base de la experiencia de sí. Más que una realidad biológica y física es una realidad simbólica:

Una suerte de epítome entre lo natural y lo cultural y ello lo hace centro de los afanes de poder. Su configuración orgánica le otorga anclajes en la taxonomía de los seres vivos, pero a su vez, las nociones que lo designan y valoran pertenecen al orden de las significaciones, los simbolismos, las idealidades y las mutaciones de sentidos y prácticas que connotan la cultura (Arboleda Gómez, 2008, p. 33)



La *Historia de la Sexualidad* describe la forma en que discursos concretos acerca de la sexualidad y el cultivo de sí incentivan a que los individuos los adopten y establezcan rutinas, moderaciones y acciones dirigidas a la conducción de sí mismos hacia un ideal moral, que requiere también necesariamente una conducción del cuerpo, prácticas que Foucault planteó dimensiones como la dietética, la económica y la erótica (Foucault, 1986). Lógicamente pensar la gubernamentalidad implica abordar el entorno de discursos, prescripciones y tecnologías alrededor de las cuales se cimentan prácticas de subjetivación en las que participa el cuerpo, y una de las mejores maneras de comprender esta relación es ubicando la racionalización del trabajo moderno como una condición para la racionalización, a su vez, del cuerpo.

Con respecto a cuerpo y trabajo, todo proceso de trabajo involucra el cuerpo siempre. La definición materialista histórica del trabajo lo define en términos de una transformación de la naturaleza para la satisfacción de necesidades que a lo largo de la historia humana se diversifican de forma incesante, necesidades primordialmente corporales, modificándose a sí mismo también como resultado (Marx & Engels, 2015). A través del cuerpo se modifica la naturaleza para conservar al propio cuerpo y asegurar que este siga siendo capaz de realizar dicha transformación y multiplicarse, en un proceso problematizado en la sociedad industrial como “reproducción de la fuerza de trabajo” (Marx, 1996).

En la modernidad industrial del siglo XIX hay una intensificación de las prácticas discursivas y normativas en las que consiste el gobierno de los seres humanos en términos de cuerpos humanos, el gobierno de un conjunto de seres vivos constituidos como población, y el direccionamiento racionalizado de aspectos como salud, higiene, natalidad, longevidad, etc., bajo la idea de que de la óptima gestión de la vida, de que esta población sea sana, numerosa y activa, depende la fuerza del Estado (Foucault, 2007).

Pero probablemente la mejor manera de describir esta implicación corporal en términos del trabajo moderno es provista por Bryan Turner. De la misma manera en que para Eva Illouz las emociones son un objeto de racionalización moderna (Illouz, 2007, 2014a), para Turner (1989) el foco de dicha racionalización es el cuerpo mismo. Las prácticas de dominio basadas en el cuerpo, tales como las prisiones, se valen de dispositivos que actúan sobre la disposición física de los individuos como forma de implementar un régimen de vigilancia, disciplina y control, bajo la idea de que los cuerpos aprisionados pueden volverse dóciles, provechosos y eficaces, cuerpos *útiles*. El cuerpo se ubica como objeto de control social en cuatro prácticas: la reproducción de las

poblaciones en el tiempo, la regulación espacial de los cuerpos, el refrenamiento disciplinario de lo corporalmente “interior” y la manifestación “exterior” del cuerpo sobre el espacio social (Turner, 1989).

La división y la tecnificación moderna del trabajo corren paralelas al proceso de racionalización del cuerpo. Se produce un entendimiento tecnocientífico del cuerpo en que este reemplaza la ortodoxia y puritanismo cristianos por la disciplina de trabajo promovida por los modos de producción industrial (Turner, 1994). Pero este no es el único modo de control del cuerpo que aparece. El desarrollo de las ciencias médicas y de la elevación del saber científico a discurso dominante con estatuto de verdad, en combinación con las prácticas de gobierno de las poblaciones, llevó a una observación intensificada de la morbilidad y la mortalidad al punto de que pudiera ser administrable, consolidación cultural que fue llevando al autogobierno del individuo teniendo como ideal el cuerpo sano (Rose, 2012). Esto evidentemente, desde el punto de vista de la subjetivación implica nuevas disciplinas hacia sí basadas en el saber médico y que se vuelcan permanentemente sobre el cuerpo.

El mantenimiento del cuerpo sano se volvió fundamental para la autogestión de muchas personas y numerosas familias que abrazaron prácticas que abarcaron la nutrición y el ejercicio físico, el consumo de especialidades farmacéuticas y suplementos dietarios y vitamínicos, el autodiagnóstico y autotratamiento (Rose, 2012, p. 37).

Pero al mismo tiempo, esta diversificación expande la experiencia del cuerpo asociada al trabajo. De acuerdo con Hockey y Allen-Collinson (2009) la participación del cuerpo en el trabajo desarrolla una dependencia de la especialización del *sensorium*. Los autores lo ejemplifican con que ocupaciones como la dirección de orquesta, la interpretación musical, o la ingeniería de sonido dependen de un entrenamiento corporal que agudiza la sofisticación de la escucha; lo mismo sucede con profesiones ligadas con el olfato (cocina profesional, cultivo de flores, catadores), o con la agudeza ocular, y con la coordinación y tiempo de reacción como el caso de deportistas o bailarines. El cuerpo es entendido por el trabajador moderno como un territorio sobre el cual despliega un dominio o experticia adquirida a través del entrenamiento para el trabajo o del trabajo mismo, y que se constituye como elemento fundamental en la construcción que hace de sí.

Ciertos acercamientos como el propuesto por Arboleda-Gómez (2008) entiende la racionalización del cuerpo como un proceso ascético que se mediatiza a través de diversas disciplinas del cuerpo que ofrecen caminos hacia un ideal corporal armónico, saludable, y bello, poseen un poder prescriptivo puesto que se asocian al buen vivir, y con la mitigación de su naturaleza efímera. Esto lleva a que la disciplina sobre el cuerpo expandida en los escenarios laborales tenga su antesala en otras prácticas hacia sí que actúan constrictivamente desde prácticas como la dietética, la ecología, la estética o la sexualidad. Turner explora la manera en la que el postindustrialismo y el posfordismo solidifican la anteposición de una cultura consumista frente a otra opuesta al consumismo, expresada igualmente en términos de disciplinas corporales, el aumento del interés por mantenerse en forma, por mantener el cuerpo bello, o retrasar el envejecimiento a través del deporte, del paso de esta disciplina industrial del trabajo hacia una valoración creciente de la sensibilidad, el hedonismo y el ocio (Turner, 1994). Esto se puede resumir con el siguiente fragmento en Sossa-Rojas (2011):

Estamos concibiendo el concepto de sociedad de consumo, en contraposición con el de sociedad de necesidades de períodos culturales precedentes. Pues, este cambio ha dado paso a la instauración de necesidades artificiales en el individuo; su subjetividad ha sido invadida con imposiciones desde el sistema de producción; las multinacionales, la publicidad y la moda, por nombrar algunos. En esta lógica, las necesidades pasan de ser vitales a impuestas. El individuo transita de tener la necesidad de comer, a requerir determinados productos *light*, *diet*, etc. Esto es debido a que la acción se acomoda y encamina en función de las exigencias del sistema productivo. Las necesidades buscan alcanzar la condición de trascendentes, mostrando al consumo como la vía hacia la consecución de la perfección, la autoestima y el éxito social (p. 6)

Aun cuando la emergencia del trabajo inmaterial y la digitalización de la economía sustraigan parte de la fuerza física dedicada a la transformación de materias primas en manufacturas, y ponen en primer plano el trabajo con manejo de datos y elaboración de experiencias emocionales, el cuerpo sigue estando íntimamente involucrado en la producción capitalista. La ubicuidad de la computadora personal en los entornos empresariales y la cada vez mayor importancia adscrita a la ofimática requieren demandas especializadas sensoriales y

motrices sobre el cuerpo (por ejemplo, la capacidad de navegar ocularmente entre visualizaciones de datos y de escribir ágilmente en un teclado) y que a su vez ponen de relieve tanto nuevas vulnerabilidades, que también son territorio del saber médico; se descubre la asociación del sedentarismo oficinista con las enfermedades cardiovasculares y metabólicas, oculares y de la biomecánicas de los brazos y manos (Llaneza Álvarez, 2009). Igualmente, el trabajo emocional, desde los líderes carismáticos en organizaciones, los empleados de servicio al cliente o y las personas que ejercen trabajo sexual aprenden a entender partes específicas de su corporalidad y gestualidad como herramientas de trabajo, de las que dependen para incidir sobre la conducta humana y generar valor económico (Morini, 2014), pero también implica una vulnerabilidad que se resume en la asociación casi insoslayable entre el ejercer estos trabajos y el riesgo de burnout (Gracia et al., 2014; Montgomery et al., 2006).

Por lo tanto, no puede afirmarse que la digitalización del trabajo en el capitalismo de plataformas suponga en ningún caso una paradoja entre la ausencia y presencia del cuerpo. Por el contrario. El cuerpo se circunscribe sobre nuevas modalidades a las dinámicas de producción capitalista, en las cuales también se supedita a unas limitaciones de conducta y delimitación temporal, pero también a nuevas vulnerabilidades físicas. Nuevas modalidades en las cuales no se ausenta sino que se deslocaliza y en la que la fuerza de trabajo se orienta de manera escalable a la producción de unos datos en otros, o de unas experiencias emocionales a otras.

Por lo tanto, para puntualizar, la experiencia del cuerpo participa activamente de los procesos de subjetivación, en la medida en que la relación consigo mismo de un individuo implica adoptar disciplinas corporales y formas de intervención del propio cuerpo características que se relacionan con los tres ideales anteriormente traídos a colación:

A) EL CUERPO EN EL IDEAL DEL EMPRESARIO DE SÍ: La participación de la experiencia de la corporalidad está ligada al rendimiento. Los esfuerzos propios por direccionarse a sí mismo hacia un ideal de cada vez mayor productividad se combina con los discursos veridiccionales de las ciencias médicas de manera que el sujeto problematice el “ser saludable” o “tener un cuerpo saludable” como condición para alcanzar una mayor productividad. El concepto de capital sexual, propuesto por Eva Illouz y Erika Kaplan (2020), permite comprender de qué manera en el neoliberalismo el cuerpo se convierte también en depositario de un capital simbólico, el de la belleza, del que depende moverse con fluidez en el mundo de la producción capitalista y

que está ligado a un imperativo de ser conservado y aumentado. De esta manera, se pueden ligar este capital como una significación nueva que obtienen las prácticas de ejercicio, deporte o dietética. A esto debe sumarse la ubicuidad de la propia imagen en formato de fotografía o vídeo que permiten las nuevas tecnologías digitales, puesto que producen entornos de interacción donde se da una presentación de la persona primordialmente visual (como en el caso de las redes sociales), y que intensifica lo que Turner (1989) identificó como el papel del cuerpo como representante de sí sobre el espacio social, y que hacen que complemente la práctica constante de autopromoción que supone la empresariedad de sí.

B) EL CUERPO EN EL IDEAL DE SALUD MENTAL: En ningún modo debe entenderse la subjetivación hacia los ideales de salud mental como un proceso desligado de un proceso cultural más amplio que lo precede históricamente que es la autodisciplina con base en la salud del cuerpo (Rose, 2012). La psicología clínica y, con mayor aceptación en el ámbito corporativo la psicología positiva, establece aquellos estados psicológicos que dificultan la productividad como condiciones no deseables que el ser humano debe luchar por evitar (Cabanas & Illouz, 2019), de manera que podría considerarse una extensión o reedición del combate contra la enfermedad en el gobierno de las poblaciones. La subjetivación hacia la salud de la mente es, en sí misma, una extensión de las prácticas corporales dirigidas a la conservación de la salud del cuerpo.

C) EL CUERPO EN EL IDEAL DE AUTENTICIDAD: La subjetividad expresiva, entendida por Taylor (1996), se antepone al de una subjetividad utilitarista. La lectura de este fenómeno realizada por Vázquez García (2005) señala que esta subjetividad expresiva se puede caracterizar por un alejamiento del cálculo estratégico como regla de formación de la subjetividad y apela al re-encantamiento de un mundo desencantado. El cuerpo ocupa un lugar fundamental en el desarrollo de esta experiencia, puesto que persigue la búsqueda del poder expresivo y de una experiencia de interioridad y verdad singular sobre la capacidad de sentir y de experimentar emociones. El cuerpo aparece como un lienzo de expresión de lo auténtico y lo único de cada individuo. Vázquez García (2005) identifica las técnicas de *body building*, de arte corporal o piercing, la cirugía estética y de cambio de sexo, como formas de marcar el cuerpo como territorio de los propios deseos de un individuo que se percibe único, que busca develar su yo “interior” interviniendo activamente su corporalidad. Igualmente, esta subjetividad expresiva también implica la búsqueda continuada de experiencias fuertes que rompan el ritmo rutinario de la vida (muchas de las cuales se experimentan a través de la aventura, la virtualidad, los estados alterados,

consumo compulsivo de sustancias, o el placer), actividades que implican fuertemente a esta misma corporeidad intervenida. Evidentemente, gran parte de las industrias generadoras de experiencias emocionales en el giro capitalista hacia la mercantilización de las emociones, justamente apuntan a ofrecer a los sujetos contemporáneos esta experiencia de autenticidad emocional (Illouz, 2019a).

### **3.4. Modelaje webcam (o *camming*)**

En este aparte se busca organizar las investigaciones publicadas en el lapso de los últimos 10 años, de acuerdo con las comprensiones que ofrezcan sobre el papel de los tres elementos que nos competen: a) las emociones en esta forma de trabajo, b) los aspectos laborales y c) lo que sucede en la formación de subjetividad.

La emergencia del modelaje webcam tiende a ser vista como una confluencia entre el trabajo sexual y el aprovechamiento de las nuevas tecnologías digitales que, a través de sus formas ágiles y globalizadas de conectar a trabajadores y trabajadoras sexuales con sus consumidores, crean un ecosistema altamente diversificado de servicios sexuales digitales en el que se cuentan foros de clientes, plataformas de citas, agencias de scorts, directorios autogestionados, uso de redes sociales y uso de plataformas de distribución de contenido explícito y autoproducido (Cunningham et al., 2018; Sanders et al., 2016, 2018). No obstante, el modelaje webcam es la única de estas prácticas que implica interacciones totalmente digitales en tiempo real a través de streaming de vídeo y realidad aumentada, es una modalidad totalmente supeditada a la existencia de determinados dispositivos tecnológicos comunicativos, y que aparece como un efecto de la mediatización general de los mercados del sexo, independiente pero indisociable de las prácticas de intercambio sexoafectivo existentes antes de la aparición de estas tecnologías (Pereira-Caminhas, 2020). Para Jones (2015b), este ecosistema digital incluso motiva una ampliación del número de trabajadores que optan por algún tipo de trabajo sexual, debido a que las lógicas digitales suponen menores barreras de entrada a estas actividades, más autonomía en la gestión sin intermediarios de su propio trabajo y menor riesgo al evitar la exposición física.

Para aportar a integrar una conceptualización, se puede decir que el modelaje webcam es una forma de interacción por medio del entorno digital y audiovisual para comunicarse con un público y establecer un estatus de microcelebridad (Senft, 2008) que, históricamente, y por la vía

de la aparición de las plataformas de sexo virtual, se transformó en la práctica de realizar actos sexuales en una cámara web a cambio de una compensación económica (Sadowski, 2020). De acuerdo con Sadowski (2020) podría incluso diferenciarse el uso de las palabras camming y modelaje webcam, la primera haciendo referencia a la práctica original y todas sus derivaciones actuales, y la segunda como aquella derivación concreta dirigida al intercambio sexual. Sin embargo, en la actualidad y de acuerdo con la síntesis de evidencia reciente, en realidad comprime un agregado de diversos objetos afectivos digitales que implican atención, erotismo e intimidad y que se intercambian económicamente (Theunissen & Favero, 2021).

También puede considerarse una actividad de producción simbólica en la cual se comercializa un amplio rango de fantasías, y que a nivel performativo puede incluir conversaciones, strip tease exótico o actos sexuales explícitos (Jones, 2015a), y que incorpora la participación de una plataforma digital que permite a la/el modelo una experiencia interactiva vía streaming con o sin realidad aumentada (Tibbals, 2016). Sin embargo, no suele ser una actividad que se limita sólo a la transmisión por vídeo, sino que también implica un proceso de exploración de otros aspectos, tales como la elaboración y difusión de clips de vídeo por suscripción o por demanda, la exploración cultural de fantasías y la colaboración con el cliente para la producción de estos bienes simbólicos (Patella-Rey, 2021).

### ***3.4.1. Las emociones***

Lo más recurrente en el abordaje reciente de las emociones en el modelaje webcam consiste en la centralidad no sólo del manejo de las emociones sino de la capacidad para construir y direccionar relaciones de intimidad, o cuanto menos, la experiencia mercantilizada de relaciones de intimidad. En Colombia, Orduz-Ramos (2021) utiliza el concepto de trabajo emocional para abordar la forma en que las camgirls o modelos webcam se relacionan con sus experiencias emocionales. Por un lado, deben gestionar su apariencia física y gestual para mostrar una personalidad atractiva, sociable y amigable, dispuesta a dar atención a los usuarios que frecuentan la sala. Por el otro, deben realizar esfuerzos por el desarrollo de habilidades y capacidades tanto técnicas como emocionales para atraer y ofrecer una experiencia anudada al reforzamiento de estereotipos femeninos. Hay una norma implícita en mostrar empatía, escuchar atentamente y disposición a adoptar roles asociados a la feminidad para producir un estado emocional en los



consumidores. Esto implica que realizan un esfuerzo por intentar inducirse o suprimir ciertos sentimientos para mostrar una expresión física que permita “sincronizarse” con la norma implícita, crear la ilusión de confianza e intimidad y conservar en el tiempo a los clientes que pagan. Pero además, Orduz-Ramos (2021) sugiere que los estudios webcam pueden llegar a jugar un papel importante en el entrenamiento de las modelos sobre esta gestión de las expresiones emocionales, lo que es un argumento a favor del aprendizaje social de los repertorios de trabajo emocional.

Pero la gestión emocional está en función de la generación de relaciones. El concepto de autenticidad corporeizada (*embodied authenticity*) es utilizado por Angela Jones (2020) para explicar el vínculo emociones-relaciones en el modelaje webcam alrededor del placer: por un lado, la experiencia de practicar camming es placentera para las modelos, obtienen orgasmos en ello. Pero también hay una concepción de que el camming es preferido por modelos y clientes debido a su aura “auténtica”, de que el intercambio de placer es real. Los clientes experimentan placer porque creen que juegan un papel importante en que la modelo obtenga placer, y esto es algo que se acompaña de episodios comunicativos en que la modelo revela hacia estos la posibilidad de encarnar sus fantasías en un entorno seguro y desinhibido como la virtualidad.

Este comportamiento está dirigido al cultivo de la intimidad y la conexión a través de salas de chat basadas en texto, en las que se escoge cuidadosamente qué decir para acentuar esta conexión, normalmente mostrando apertura sobre información no verificable, y sobre sus intereses o preferencias sexuales, hobbies y otros aspectos privados (Nayar, 2017; Scruggs & Kosenko, 2022). Y también Lopes da Silva (2014) menciona que este grado de intimidad no es inmediato, que requiere un proceso de construcción para mostrar gestualmente la confianza depositada en el cliente y al mismo tiempo actúa como un mecanismo de fidelización, lo que implica mayores ganancias. A esto se suma que la revelación de información no siempre funciona como un mecanismo lineal de fidelización, sino que la modelo juega con el misterio, la fantasía y la idealización en un proceso que puede ser mutuo (Patella-Rey, 2021).

Otra línea que aborda el problema desde la óptica del trabajo afectivo coincide en que el cibersexo remunerado es una ocupación basada en el ejercicio del afecto, en el cual la trabajadora o el trabajador considera no sólo la manipulación de los afectos del cliente sino los suyos propios, y es capaz de generar valores y significados que están por fuera de las expectativas de ese mercado (Cruz & Sajo, 2015b, 2015a). El caso de Filipinas es particular, dado que la experiencia del modelaje webcam (o cybersex) está marcado por un estatuto confuso de ilegalidad y clandestinidad



donde raya con la trata de personas. Aquí, Cruz y Sajo (2015b) contrastan el establecimiento de afectos tácticos, es decir, estrategias diseñadas y seleccionadas para convencer a los clientes para ofrecerles dinero a través del desarrollo de confianza e intimidad manufacturadas o fingidas, contra otras relaciones basadas en la apertura de las que obtienen apoyo real, empatía y cuidado, que les permiten mantener su autonomía y privacidad frente al mercado.

### ***3.4.2. El trabajo***

El primer elemento sobre trabajo que se puede destacar es el papel de las plataformas digitales. El modelaje webcam se desempeña a través de plataformas digitales, es decir, sistemas sociotécnicos de intercambio mercantil altamente flexible que tienen todas las características mencionadas con anterioridad (colaborativo-desregulado, escalable, con control algorítmico, sistemas de reputación y desentendimiento de las relaciones laborales). Por lo tanto, es vital entenderlo dentro del capitalismo de plataformas (Langley & Leyshon, 2017). Es de resaltar que, aun cuando hace parte de las economías digitales, no aparece en la clasificación anteriormente presentada de trabajos digitales de la OIT (Organización Internacional del Trabajo, 2021). A esto se añade que la producción académica sobre trabajadores de la Gig Economy y modelos webcam corre por vías separadas durante la última década, lo que sugiere que, por naturaleza, es un oficio relevante para la economía digital pero oculto para uno de los campos de estudio con los que se relaciona directamente (Vlase & Preoteasa, 2022). El carácter de plataforma digital es indispensable para entender el ensamblaje laboral del modelaje webcam: dado que las plataformas actúan diseñando de forma intencionada tecnologías de competición (rankings, herramientas a disposición de los modelos, formas de interacción entre modelo y consumidor) para hacer de cada sala una configuración única en cuanto a experiencia para clientes y mantener un orden moral que gira alrededor de la disposición a esforzarse constantemente por destacar (Van Doorn & Velthuis, 2018).

Van Doorn y Velthuis (2018) utilizan la teoría de los dispositivos de mercado para describir que la plataforma Chaturbate se vale de determinar unilateralmente los rangos posibles de acción de modelos dentro de la página, al decidir de manera unilateral la información a la que los y las modelos tienen acceso acerca del mercado al que se dirigen; la plataforma, en tanto dispositivo de mercado, posibilita pero también regula tanto los intercambios monetarios como la información

que los actores de dicho mercado usan para la toma de decisiones. Al no poseer información acerca de la efectividad de las estrategias o las claves para triunfar en la página, los y las modelos dedican muchas horas y esfuerzos en intentar nuevas fórmulas para llamar la atención y capitalizar a la audiencia, de manera que, como dispositivo de mercado, Chaturbate incentiva de manera silenciosa la innovación permanente. El “orden moral” es identificado por los autores a través del análisis de extensas publicaciones de foros de modelos de esta página, en los que comparten no sólo experiencias y estrategias que les funcionan, sino también intercambios que van construyendo una idea de a qué valores y comportamientos aferrarse y que son valorados por estar asociados al supuesto éxito en la página. Así, este orden moral está compuesto de una valoración máxima de la paciencia, la constancia y la innovación permanente.

Pero si bien las plataformas tienden a funcionar al margen de las regulaciones de los países, por su carácter globalizado, si tienen una regulación interna que busca capitalizar al máximo el uso que la modelo realiza de la plataforma. La plataforma evade toda obligación laboral con su fuerza de trabajo, y toman la potestad de sancionar con la suspensión o eliminación de las cuentas; igualmente, asumen la propiedad derechos de autor de todos los contenidos generados por los modelos usando su plataforma sin pago de regalías (Stuart, 2022). Esto es apoyado por el análisis del discurso de los aparatos normativos de tres plataformas realizado por Stegeman (2021), muestra que estas plataformas evaden desde sus propios términos de servicio el reconocer el modelaje webcam como trabajo (lo que lo sitúa en la economía colaborativa) y busca ocultar el carácter sexual de esta actividad.

Sin embargo, en Colombia hay un rasgo compartido con el caso de Rumania y es que esta actividad predominantemente se desempeña a través de estudios webcam (Fogging & Elliott, 2022; Matache, 2018). Es decir, para un modelo webcam en su relación con el cliente no intermedia sólo la plataforma, sino un tercer actor que ensambla medios tecnológicos, espacios y conocimiento que requieren las modelos para acceder a este mercado. Para Vlase y Proteasa (2022), una trabajadora webcam debe elegir entre el costo de invertir en tecnología, equipos de última generación, internet de alta velocidad, luces, decoración, o incluso asesorías externas al transmitir en su casa, y tener todas estas necesidades cubiertas pero dar una parte de sus ganancias a los estudios, cumplir horarios extenuantes y controles excesivos.

A este punto, Vlase y Preoteasa (2022) construyen el concepto de “flex(ins)eguridad” para denotar cómo la corporalidad se convierte en un commodity global, se produce una experiencia

ambigua de satisfacción pero de incertidumbre, en la cual las agendas son flexibles pero deben ajustarse a los horarios de los clientes, y que si bien se puede usar el espacio del hogar para transmitir, esto suele interferir con la vida personal y familiar. Pero debido a la baja capacidad adquisitiva, la opción más frecuente es trabajar con estudios que suplan estas necesidades, a cambio de un 50 a 70% de sus ganancias.

### ***3.4.3. La subjetividad***

En la producción sobre modelaje webcam hay hallazgos altamente divergentes tanto por los fenómenos que describen como por las tradiciones a las que apelan. Por un lado, se puede hablar en términos de trayectorias laborales. Es decir, el modelaje webcam es escogido motivado por la falta de oportunidades y necesidad financiera, situaciones de desempleo o eventos vitales, lo que corre paralelo a una baja capacidad adquisitiva para conseguir la tecnología necesaria para entrar a este mercado (Cruz & Sajo, 2015a; Orduz-Ramos, 2021; Stuart, 2022; Vlase & Preoteasa, 2022). Pero al mismo tiempo, lo toman como un trabajo temporal mientras forman otras opciones de vida fuera del trabajo sexual tales como carreras universitarias, debido a que les provee ingresos mayores a los trabajos a los que han optado en el pasado en la economía de servicios y les permiten financiar estos proyectos de vida (Reece, 2015; Stuart, 2022; Vlase & Preoteasa, 2022).

Otro aspecto de la vivencia de la subjetividad ya analizable desde la perspectiva de la identidad social es la estigmatización de la actividad, aspecto que en la modernidad está asociado a los trabajos sexuales (Nussbaum, 1999). Según Vlase y Proteasa (2022) en Rumania, quienes ejercen este oficio están expuestos a la cultura conservadora y religiosa del país, temiendo rechazo y sanción social, a tal punto que deciden mantenerlo en secreto. Lopes da Silva (2014) señala que las modelos construyen una representación de su trabajo como separado de la pornografía y del trabajo sexual, en su lugar, apelan a un oficio que remite a seducción y sensualidad, y cuyo grado de elaboración sólo es posible por el carácter virtual y no físico del trabajo. En esto también coincide con Orduz-Ramos (2017), quien encuentra que es común que las modelos no se identifiquen como trabajadoras sexuales sino como artistas de entretenimiento. Pero también se produce una negociación simbólica del estigma, es decir, un manejo de las consecuencias negativas de este a través de estrategias como apegarse a una comunidad de trabajadoras/es de la misma

actividad, o disociar todos los aspectos del modelaje webcam de su vida cotidiana (Simpson & Smith, 2020).

También hay hallazgos que podrían analizarse desde la perspectiva de la subjetivación. Hay una valoración del trabajo duro, la idea de que se debe ser disciplinado y trabajar muchas horas, cuanto menos las equivalentes a una jornada laboral normal, así como desarrollar una personalidad enérgica y atrayente e innovadora si se quiere ser exitoso (Van Doorn & Velthuis, 2018; Vlase & Preoteasa, 2022). En particular, Vlase y Proteasa (2022) coincide con Jones (2016) coinciden en que el trabajo también cede a la fragmentación neoliberal del tejido social, se desarrolla de una forma tan individualizada que impide la organización colectiva y la lucha política contra la explotación.

La relación con el riesgo, en términos de normalización del riesgo, también es un tema abordado. Si bien el modelaje webcam es una actividad que carece de los riesgos del contacto físico, reconoce otros riesgos que las y los modelos al principio temen, pero posteriormente lo naturalizan como parte del oficio, como el “capping” (ser grabados y que sus actos sexuales se difundan sin control por internet) (Jones, 2016; Stuart, 2022; Theunissen & Favero, 2021), el “doxxing”, entendido como la filtración de información personal privada de las modelos, o el acoso, es decir, ser atacado u hostigado por internautas desconocidos (Jones, 2016; Ruberg, 2022).

Por último, también la sexualidad y el cuerpo participan de replanteamientos en la relación consigo mismo a través del desarrollo de un conocimiento sobre su propio placer y la resistencia frente a los estereotipos hegemónicos sobre el cuerpo y la sexualidad. Esto aparece en la obra de Angela Jones como agencialidad sexual, es decir, la capacidad de establecer un conocimiento sobre el propio cuerpo y sobre el propio placer muy superior al que se tenía antes de iniciarse en el modelaje webcam (2016) y empoderamiento del cuerpo, como una forma de aceptar a través del modelaje webcam aspectos del cuerpo que antes parecían inadmisibles o vergonzosas para el/la sujeto, como la obesidad (2018). Theunissen y Favero (2021) también descubren que el cuerpo pasa a ser entendido y vivido como un conjunto de imágenes que se comparten y escogen de manera voluntaria negociando las elecciones individuales con los mecanismos automatizados de la plataforma.

Esto último se relaciona también con la operacionalización de la propia imagen y la construcción de una audiencia para la construcción de una marca personal. Al analizar las semejanzas entre el streaming de videojuegos y el modelaje webcam, Ruberg (2022) identifica

---

esfuerzos activos por construir una marca personal que manifieste de forma performativa la autenticidad, la particularidad del modelo o streamer y que lo diferencie de los otros. Esto implica desempeñar un aprendizaje en las tecnologías que necesita para la gestión y autopromoción de su imagen, como edición de video, toma y edición de fotografías, planificación de espectáculos de camming, colaboración con otros modelos.

Por último, esto a su vez nos lleva a la producción de una subjetividad empresaria. De acuerdo con Jones, el trabajo online erótico está relacionado con una gran confianza de los sujetos sobre el discurso neoliberal, desde las cuales se consideran a sí mismas contratistas independientes que son “pagadas para tener orgasmos”. Sin embargo, la exposición a los riesgos del camming hace que quienes lo ejercen desarrollen un ethos de resiliencia, reivindican una autonomía que es, paradójicamente, permitida por las corporaciones que poseen las plataformas (Jones, 2016). Individualiza no sólo los resultados por el desempeño, sino también la responsabilidad sobre la exposición al riesgo, de manera que se mantienen pasivas ante las condiciones que permiten formas de violencia vividas en el modelaje webcam como el acoso, el doxxing y el capping.

## **4. Metodología**

### **4.1. Enfoque: cualitativo**

Para esta investigación se asumió el enfoque cualitativo como opción epistemológica y procedimental. La investigación cualitativa produce datos descriptivos basados en las propias palabras de las personas, habladas o escritas y el comportamiento observable (S. J. Taylor & Bogdan, 1987). De acuerdo con Corbin y Strauss (2002) la investigación cualitativa se realiza con el propósito de descubrir conceptos y relaciones en los datos para ser organizados en un sistema explicativo teórico, comprendiendo esta producción conceptual como una interacción entre el investigador y los datos. Por otro lado, también presupone una orientación hacia los procesos de constitución del mundo social (Packer, 2016)

La idoneidad de este enfoque se justifica en la naturaleza de la pregunta de investigación, toda vez que explora nociones que se vislumbran mejor desde la perspectiva de quienes las experimentan. Con la clarificación de estos supuestos epistémicos, se buscó explorar el comportamiento de emociones, subjetividad y trabajo a partir de las narraciones y relatos producidos por los participantes, y ubicando la teoría no como una rejilla invariable con la que entender estos fenómenos, sino entenderlos desde su particularidad y su conexión con condiciones históricas y sociales concretas.

### **4.2. Método: interaccionismo simbólico**

El interaccionismo simbólico es una corriente de pensamiento que se utiliza como método de conocimiento en torno a la realidad social que se basa en comprender el proceso de creación y asignación reflexiva de significados sobre la realidad vivida por parte de los seres humanos, interesándose en los actores particulares, los lugares, situaciones y los tiempos (Schwandt, 1994). Está ligado al supuesto de que los seres humanos construyen un conocimiento y actitudes sobre el mundo y sobre sí mismos expresados en formas simbólicas, en tramas de significación que ellos mismos han creado (Geertz, 2000). A nivel metodológico, esto se expresa en una noción del conocimiento como un producto construido a partir de la interacción social. De acuerdo con Blumer (1986) tres supuestos se pueden atribuir al enfoque: primero, que los seres humanos actúan en

relación con los objetos del mundo físico y social con base en el significado que tienen para ellos; segundo, que la comunicación es fundamentalmente simbólica, pues se produce por medio del lenguaje y otros sistemas simbólicos producidos en el mundo social; y tercero, que los significados se producen y transforman a través de procesos interpretativos, lo que implica que no se puede entender la acción y las prácticas sino a través de los significados que asignan al mundo.

El interaccionismo simbólico, además, permitió identificar las maneras particulares en las que los participantes del estudio, a través de la esfera del trabajo y el consumo, experimentan una realidad macroeconómica. “No hay experiencia de la posición ocupada en el macrocosmos social que no esté determinada o, al menos no sea modificada, por el efecto directamente experimentado de las interacciones sociales dentro de estos microcosmos sociales” (Bourdieu, 2007a, p. 10). En esa tónica, permitió usar de manera más o menos flexible las nociones de entornos de interacción, autointeracción, norma y rol como unos supuestos subyacentes para organizar las significaciones producidas, y ubicar las interpretaciones creadas en la etapa analítica en el contexto de la relación entre los participantes en la vida cotidiana.

### **4.3. Técnicas de recolección de datos**

La principal técnica de recolección de datos utilizada fue la entrevista cualitativa semiestructurada. Las entrevistas son situaciones de conversación generadas intencionalmente por el investigador para facilitar que el sujeto hable acerca del tema de interés (S. J. Taylor & Bogdan, 1987). Según Packer (2016), la entrevista cualitativa parte de una forma característica de entender el lenguaje, en la cual se considera que el habla no es el mero conducto de expresión de un pensamiento interno sino que también contribuye activamente a articularlo en el momento. En el proceso mismo del habla se produce esa construcción, lo que hace que dos entrevistas al mismo sujeto en diferentes momentos puedan ser diferentes (lo que, por cierto, hace aún más pertinente el método comparativo constante del que se hablará posteriormente). Sobre esta base, la entrevista es una interacción entre investigador y participante en la cual éste suele introducir a aquél en su mundo de creencias, preocupaciones y anhelos. Teniendo esto en cuenta, para el acercamiento inicial se plantea utilizar la entrevista semiestructurada, la cual tiene una cierta directividad por parte del investigador, quien de acuerdo con los intereses de la investigación propone, con una relativa apertura, los temas de los cuales se habla en ella (Flick, 2004).

Aparte de esta, se empleó como técnica un grupo de discusión con dos de los participantes. Los grupos de discusión consisten en una técnica grupal de recolección de datos verbales que puede simular discursos y conversaciones cotidianos, y que utilizan de forma estratégica la interacción del grupo para estimular los relatos y palabras de los participantes (Flick, 2004). Esta técnica se realizará cuando ya haya un esbozo de las propiedades, dimensiones y relaciones, con el fin de identificar puntos donde los participantes puedan mostrar divergencias o consensos e ir probando la consistencia de lo construido hasta el momento.

#### **4.4.Participantes**

Como criterios de inclusión, se escogieron modelos webcam que estuviesen activos/as en el momento del desarrollo de la investigación, y que transmitieran de manera frecuente. Igualmente, se tomó como criterios de exclusión aquellos candidatos a participantes menores a 18 años, que no transmitieran periódicamente, o que trabajaran exclusivamente a través de otras plataformas de distribución de contenido que no fueran de streaming. No se entrevistaron modelos independientes ni satélite. El proceso de muestreo fue teórico, es decir, se seleccionaron los participantes de acuerdo con la afinidad de sus características y experiencias para fortalecer el sistema categorial (Robinson, 2014). Se buscó seleccionar participantes que tuvieran cierta distancia entre ellos, dado que pertenecer a un mismo estudio llevaría a que compartieran entornos de vida cotidiana que pudieran asemejar los significados que expresaran. El estudio webcam A se ubica en los límites entre Medellín y Bello. En este estudio se encuentran cuatro de los participantes para momento de esta investigación: Caroline, Ana María, Sara y Charles. Mientras tanto, el estudio webcam B se ubica en una zona comercial del Medellín. De esta se tuvo contacto con una modelo de nombre Melissa.

La figura 4 muestra los entornos principales de interacción simbólica de los participantes y el número de encuentros que se tuvo con cada uno de ellos. El conteo de los encuentros incluye la participación de Carolina y Ana María en el grupo de discusión.



**Figura 4***Esquema de muestreo de participantes*

Con respecto a las historias de los participantes en el momento de la investigación, Caroline, de 22 años, empezó en el modelaje webcam a los 18 años, debido a dificultades económicas familiares. Estudió periodismo, trabajó como vendedora, mesera, y en radio. Después de malas experiencias en varios estudios, decidió abrir el suyo propio con apoyo de su pareja para promover lo que denomina una forma más humana de entender el modelaje webcam a través del apoyo y el entrenamiento. Durante el tiempo de la investigación también asesoraba y administraba otros estudios webcam. Transmite como modelo webcam de forma regular por temporadas.

Ana María tiene 24 años, estudió administración de empresas, y trabajó un tiempo muy corto en un call center. Luego trabajó en servicio al cliente presencial, trabajo que abandonó porque le desgastaba lidiar con las diferentes personalidades de los clientes. Llegó al modelaje webcam buscando una opción laboral que le permitiera ganar más del mínimo. Considera que la contabilidad podría serle muy útil y planea estudiarla.

Sara, quien no reveló su edad, igualmente, ha tenido otros empleos en call centers. Lleva alrededor de año y medio en el oficio y planea ingresar a estudios superiores. Charles es un modelo webcam de 22 años. Accede al modelaje webcam luego de una temporada de desempleo. Debido a la falta de experiencia y por estar cursando estudios universitarios, se le hace difícil entrar al mercado laboral. Ha trabajado antes en servicio al cliente en una cadena de comidas rápidas y como

conductor de camioneta. Se interesa por el modelaje webcam debido a que una compañera que ya estaba trabajando le ofreció que trabajaran como pareja.

Los anteriores participantes, durante la recolección de datos, laboraban dentro del mismo estudio webcam, ubicado en un municipio al norte de Medellín. Caroline dirigía este estudio y se ocupaba de dar entrenamiento a los y las modelos que laboraban allí, lo que puede explicar las ideas compartidas entre ella y los demás.

Por último, Melissa ha transitado en un ir y venir entre el modelaje webcam y actividades relacionadas con servicio al cliente. Estudió una carrera técnica, la cual terminó hace un año. Dice preferir el modelaje webcam dado que lo considera un trabajo con mayor estabilidad que otros trabajos.

Durante el transcurso de la investigación Melissa primero trabajó en un estudio webcam distinto al de los otros participantes ubicado en el área urbana de Medellín. Para la segunda entrevista, había abandonado ese estudio y había iniciado en otro en el que cumplía el rol de monitora y entrenadora de otras modelos.

#### **4.5. Consideraciones éticas**

La investigación científica debe entenderse como una iniciativa producto de la libertad de un investigador, que ha optado de forma voluntaria y reflexiva; esta iniciativa debe enmarcarse, fundamentalmente, en el principio de responsabilidad que supone intentar beneficiar a la sociedad en su conjunto y evitar dañar a los seres humanos implicados o al medio ambiente (Gómez-Navarro, 2012). Este principio se materializa a través de una serie de normativas que la guían. La resolución 8430 de 1993, que legisla sobre el problema de la dignidad humana en los procedimientos investigativos en las ciencias en Colombia establece como condición básica la protección de los derechos y bienestar y el respeto a la dignidad de los participantes. Esto incluye, mas no se limita, a la protección de la privacidad del individuo, la autorización del participante de hacer parte del estudio, la prevalencia de su seguridad y el estar informados en todo momento de los riesgos posibles de participar (Resolución 8430, 1993). El artículo 8 insta a la protección de la privacidad del individuo, sin comunicar su identificación sino sólo cuando los resultados lo requieran y el participante lo autorice. El artículo 11, por su parte, caracteriza como investigación sin riesgo aquellas que se basan en información retrospectiva o entrevistas, y que no implica ninguna

modificación o intervención en variables psicológicas, sociales, biológicas, o fisiológicas de las personas. A pesar de esto, es necesario identificar los límites de qué se considera un riesgo para estos aspectos de las personas. Mientras tanto, investigaciones con riesgo mínimo se consideran aquellas en las cuales esta intervención supone un riesgo inexistente o menor.

Los principios esgrimidos se complementan con la regulación ofrecida por el código ético y deontológico de la profesión de psicología en Colombia (Ley 1090, 2006). La investigación, en esta normativa, corresponde a unas de las actividades centrales del psicólogo, y esta debe estar orientada por los siguientes principios.

- ❖ Orientación a la búsqueda del bienestar humano en todas las investigaciones, asegurando el respeto a la integridad y la protección de los derechos de los participantes, siguiendo estándares técnicos-científicos de la profesión (Art. 50).
- ❖ Realizar la investigación con la participación humana sólo cuando la información necesaria sólo pueda ser obtenida a través de esta participación.
- ❖ Derecho del sujeto a ser informado en todo momento y de manera clara de los objetivos y métodos de la investigación, sus posibles consecuencias para éste. Igualmente, asegurar la voluntariedad de su participación en todo momento, y la posibilidad de retirarse cuando quiera.
- ❖ Confidencialidad y protección del secreto profesional, no sólo en tanto resultados de investigación, sino a toda aquella información generada sobre las personas en el desempeño de las actividades psicológicas (Art. 2 p. 5).

Por último, la confidencialidad es clave entre todos estos derechos de participación. El acercamiento al fenómeno muestra que hay una percepción social que es foco de conflicto en el modelaje webcam, ya que se enfrentan a prejuicios sociales sobre el trabajo sexual. Es común para los participantes mantener en secreto a qué se dedican, por temor a perder relaciones valiosas, imagen social, oportunidades laborales, entre otros. Igualmente, debido a que la mayoría de los participantes trabajan en estudios webcam, su opinión abierta sobre su mundo laboral podría deteriorar sus relaciones laborales actuales. Así, es que esta investigación, en este punto, es considerada de riesgo mínimo. Por último, el artículo 55 de la norma versa: “Los profesionales que adelanten investigaciones de carácter científico deberán abstenerse de aceptar presiones o condiciones que limiten la objetividad de su criterio u obedezcan a intereses que ocasionen

distorsiones o que pretendan darles uso indebido a los hallazgos”. A este respecto, la investigación se realiza libre de conflictos de intereses, en la medida en que no es financiada por institución alguna, ni de carácter académico, social o productivo. Hace parte de un proceso autónomo y dirigido de aprendizaje elegido libremente por las motivaciones del investigador, que serán aclaradas en el siguiente apartado.

Los resultados que puedan ser conflictivos para los participantes o para terceros serán escogidos minuciosamente en las estrategias de difusión de hallazgos. Igualmente, el artículo 56 contempla el derecho a la propiedad intelectual sobre la producción científica, derecho que busca ejercerse a través de la producción científica relacionada con los hallazgos.

#### ***4.5.1. Inclusividad del lenguaje***

Considerando la guía APA versión 7 para la construcción de reportes de investigación, se sugiere que en términos de identidad de género, la referencia a los participantes se realice apelando al sentido psicológico que tiene una persona sobre su género (American Psychological Association, 2021). Es necesario aclarar que el estudio no sigue específicamente un enfoque de género. Si bien el modelaje webcam es un área de estudio en el que se pueden experimentar experiencias diferenciales por género, y reconociendo que es una práctica y una forma de trabajo que involucra de forma masiva a la mujer, no implica que no existan hombres o personas con identidades de género distintas a estas. El término modelo webcam aplica tanto para participantes que se identifican como hombres, mujeres o transgénero. No obstante, en la muestra no se pudo acceder a participantes transgénero, de manera que se usarán expresiones binarias como “los y las”, o “trabajadores y trabajadoras” al referirse a ellos como modelos webcam, y se referirá también a ellos con el plural “los participantes” cuando se hable de ellos en calidad de participantes de la investigación.

### **4.6. Plan de análisis**

#### ***4.6.1. Construcción de conceptos***

Entendemos por concepto una abstracción descriptiva originada en una interpretación más o menos sistemática de datos sobre los fenómenos de estudio, que se utiliza para resumirlos por

medio de una generalización de sus rasgos y características. Asimismo, permite tanto describirlos como delimitar sus relaciones con otros fenómenos a su vez definidos por otros conceptos (Becker, 2009). Esto, coherente con las técnicas de análisis derivadas del enfoque teoría fundamentada, implica la creación de códigos que no sólo dieran cuenta de aspectos recurrentes encontrados en el análisis, sino que pudiesen relacionarse de manera funcional entre sí.

Las dimensiones y propiedades de los conceptos construidos pudieron encontrar *variación*. Es decir, pudo documentarse cómo un mismo aspecto del fenómeno es vivido de manera distinta por participantes distintos. En esta investigación, la saturación fue descartada como criterio para la elección de conceptos. Concordamos con los autores que opinan que la saturación teórica, entendida como el punto del análisis donde no aparecen más propiedades o dimensiones en los datos para nutrir los conceptos, depende enormemente de la delimitación subjetiva y no es congruente con el agotamiento descriptivo de los fenómenos humanos que, per se, no sólo son complejos sino incesantemente cambiantes (Ardila-Suárez & Rueda-Arenas, 2013).

En su lugar, se dio prioridad a la elaboración de conceptos con base en las propiedades y dimensiones de aspectos que estuviesen presentes en la mayor cantidad de entrevistas o que agruparan más fragmentos similares entre sí que otros, que documentaran las formas en que un concepto varía, y que a su vez guardaran relación con la pregunta de investigación o con uno o más de los referentes teóricos escogidos. La formación de los conceptos y categorías resultantes, en concordancia con el proceder de la teoría fundamentada, se efectuó a través de tres etapas de codificación.

#### **4.6.2. Codificación**

La codificación es un proceso de clasificación de información cualitativa que representa acontecimientos, actos y resultados, clasificándolos a partir de sus propiedades sobresalientes en etiquetas que en análisis cualitativo se denominan códigos (Strauss & Corbin, 2002). Siendo el principal insumo para la construcción de conceptos, la codificación busca, el desarrollo de conceptos teóricos que, a través de la generación de preguntas y respuestas provisionales (hipótesis) sobre las categorías y las relaciones entre ellas, busca presentar un esquema explicativo para los elementos que componen el fenómeno (Strauss, 1987). Esto se realiza a través de tres tipos de codificación: abierta, axial y selectiva y de empleo de memos analíticos.

Con respecto a la codificación abierta, para esta investigación se escogió un estilo de codificación en la cual los códigos generados por codificación abierta se expresaron a modo de acciones en vez de sustantivos, acentuando el carácter procesual de lo observado. Esto permitió, más tarde, que las categorías creadas no se enfocaran tanto en la descripción tipológica como en una descripción más funcional.

Posteriormente, en el proceso de codificación axial, los códigos producidos se condensaron a través de la fusión y agrupación de los códigos abiertos en pequeñas categorías que en este estudio llamamos *tendencias*. Inicialmente se encontraron aspectos asociados entre sí, pero tras la codificación selectiva, las tendencias volvieron a reformularse varias veces.

Por último, en el proceso de codificación selectiva, se agruparon algunas de las tendencias encontradas de acuerdo con su afinidad. Posteriormente, teniendo en cuenta los referentes teóricos se elaboraron las cuatro categorías centrales. A medida que se seguían analizando los datos, las tendencias y categorías centrales se iban reduciendo según su capacidad para describir aspectos afines del fenómeno hasta que tomaron la forma actual.

#### **4.6.3. *Microanálisis***

Implica el análisis microscópico de los datos. Esto significa considerar con amplitud la variedad de temas de los que puede hablar un único fragmento, y el determinar el uso que los participantes realizan de las palabras que aparecen en los relatos. Esto dio lugar a una codificación abundante. Esto se realizó con las primeras entrevistas, pues dado que avanzaba el proceso de recolección y análisis, las nuevas podían ser analizadas con los códigos creados por microanálisis (Strauss & Corbin, 2002).

#### **4.6.4. *Memos analíticos***

El proceso de codificación estuvo atravesado por el uso de memos analíticos en todas las etapas. En estos, para los que se usó la herramienta memo y comentario de Atlas.Ti 7 y el programa Word 365, se realizaron todas aquellas anotaciones que sugirieran relaciones entre los conceptos que iban apareciendo. Básicamente se dividieron en dos. Los memos que denotaran relaciones

puramente emergentes, y otros memos que dieran cuenta de relaciones con los antecedentes y la teoría.

#### ***4.6.5. Gestión informática de los datos***

La información sonora de los encuentros fue recogida a través de una grabadora digital de voz en formato mp3. Las entrevistas fueron transcritas y guardadas en formato RTF para ser analizadas en Atlas.Ti (versión 7).

El programa impulsó el proceso de codificación abierta sobre el texto; codificación axial a través de fusionar los códigos abiertos y el establecimiento de familias; y codificación selectiva a través de la herramienta de redes. Los memos analíticos se elaboraron vinculados a los fragmentos y se crearon en forma paralela a la codificación abierta, aunque otros se elaboraron en archivos de texto por fuera del programa.

Hubo decisiones sobre las categorías finales que se apartaron de las redes elaboradas en Atlas Ti 7, y para no alterarla se utilizó Xmind para producir la visualización del sistema categorial final. La escritura del informe se realizó a través de la herramienta de exportación de códigos, memos y familias de Atlas.Ti 7.

#### ***4.6.6. Ruta procedimental y analítica de cara a los objetivos***

Este apartado se produce con posterioridad al análisis con el fin de reportar la ruta metodológica seguida más allá de la descripción de las técnicas de objetivación del dato, y reportar las sucesivas iteraciones del trabajo.

Las categorías iniciales del trabajo fueron tres: emociones, subjetividad y trabajo. Los objetivos establecidos de manera preliminar fueron igualmente tres, cada uno apuntando a identificar la articulación entre dos de estos tres elementos (emociones y trabajo, emociones y subjetividad, subjetividad y trabajo).

Teniendo esto en cuenta, la recolección de datos y análisis preliminares se produjeron durante 2019, (cinco entrevistas a Caroline, Ana María, Charles y Sara, y una entrevista a Melissa) desarrollando la etapa de transcripción de entrevistas codificación abierta durante el resto del año.

La primera entrevista analizada fue la facilitada por Sara. No obstante, en esta codificación se produjeron confusiones con respecto al abordaje de las emociones en el trabajo. Inicialmente se intentó etiquetar fragmentos que dieran cuenta de emociones reconocibles psicológicamente. Tras la asesoría del grupo, se determinó que este no era el enfoque adecuado, puesto que no sólo añadía un precoz elemento deductivo en un proceso que es mejor que fuera inductivo, sino que caía en reproducir una práctica veridiccional consistente en la ubicación y segmentación de la experiencia humana dentro de categorías psicológicas rígidas.

Los códigos fueron descartados y se inició una nueva etapa de codificación abierta. Se analizó siguiendo el principio de microanálisis, o análisis microscópico de los datos, buscando identificar la mayor diversidad de temas posibles dentro de cada fragmento, y respetando al máximo las expresiones del texto de manera que se aprovechó la herramienta de códigos in vivo (códigos llamados igual que las expresiones). Con esta primera entrevista se produjeron alrededor de 300 códigos que fueron posteriormente reutilizados para las entrevistas siguientes.

La recolección de datos se detuvo en marzo de 2020. La última entrevista fue realizada a Melissa en febrero del mismo año. Los meses posteriores se avanzó en intentar contactar a más modelos webcam para profundizar sobre reelaboraciones de las preguntas a partir del análisis hasta el momento, y realizar entrevistas por medio de Zoom. Los participantes potenciales contactados no se presentaron a las entrevistas virtuales.

Se decidió cerrar la etapa de recolección de datos. Es preciso aclarar que, inicialmente, el diseño planificado fue el de teoría fundamentada. No obstante, tras socializar el estado del proceso con los orientadores del grupo, se aceptó la sugerencia de que se pensara en otro enfoque puesto que el número de participantes hacía muy difícil cumplir con el principio de comparación constante. Con esto en mente, se inició una nueva revisión de literatura metodológica para poder determinar cuál era el enfoque metodológico más cercano a la teoría fundamentada.

A partir de la participación simultánea como pasantía durante 2019 y 2020 en la recolección y análisis de datos del proyecto “Formas de Subjetivación promovidas por la formalización laboral en oficios tradicionales” con dirección del profesor Mauricio Bedoya, se observó la manera en la que este proyecto combinaba un diseño basado en el interaccionismo simbólico con la crítica del neoliberalismo aplicada al análisis simultáneo de realidades sociales de mineros tradicionales con estructuras discursivas y normativas de las políticas públicas que les afectan.



Se decidió, entonces, adoptar el interaccionismo simbólico como enfoque metodológico. La exploración del enfoque llevó a la adopción de algunas de sus nociones centrales y la familiarización con sus procedimientos analíticos.

El resto de año y el siguiente fueron, no obstante, fundamentales para la toma de decisiones teóricas acerca del trabajo debido a la publicación de tres materiales que dieron un giro significativo a la comprensión del tema. Estos textos fueron cuatro: *Camming: Money, power and pleasure in the Sex Work Industry* de Angela Jones; la traducción al español de *Capitalismo, Consumo y Autenticidad*, de Eva Illouz; *Foucault, Bourdieu y la cuestión neoliberal* de Christian Laval, y el reporte *El Papel de las Plataformas Digitales en la Transformación del Mundo del Trabajo*, de la Organización Internacional del trabajo. Tras estas lecturas, el proceso de análisis se densificó por medio de memos analíticos y nuevos borradores del análisis, reorganización y refinamiento de conceptos.

La categoría “emociones” se transformó en “mercantilización de las emociones” y sirvió para comprender de qué manera los puestos conocidos como trabajos emocionales se sitúan dentro de lógicas de producción más amplias basadas en transformaciones macro del capitalismo, que se pueden explicar psicológicamente desde el enfoque construccionista de las emociones. Igualmente, en este punto se descartó el trabajo con el concepto de trabajo afectivo, debido a la ambigüedad conceptual de la que dispone en las fuentes que lo desarrollan y la, a nuestro parecer, excesiva politización del concepto para hacerlo viable en nuestra intención analítica. Se terminó utilizando el concepto de trabajo emocional en su acepción clásica.

La categoría “subjetividad” se transformó en “producción de subjetividades” desde el enfoque de la subjetivación, adoptando de entre todos los conceptos posibles para trabajar desde esta corriente el de la gubernamentalidad. Este se escogió debido a la concreción y claridad conceptual que posee en su desarrollo posterior a Foucault frente a la nebulosa, politizada y ambigua diversificación de conceptos como “biopolítica” o “dispositivo”, dificultad que percibimos que comparte con el concepto de trabajo afectivo.

La categoría “trabajo” se transformó en “trabajo flexible” y se contextualizó dentro de las transformaciones económicas supuestas por la irrupción de las plataformas digitales como arquetipo de la reinención de los arreglos y configuraciones laborales en una miríada de ocupaciones carentes de formalización, entre ellas, el comercio sexual.

De esta manera, se eligió producir un sistema consistente en cuatro grandes categorías de acuerdo con los entornos de interacción. De acuerdo con la lógica del interaccionismo simbólico, cada uno de los entornos de interacción en los que participa un individuo dentro del mundo social tiene lógicas propias. Posee unas expectativas de comportamiento específicas, explícitas o tácticas, que los individuos interpretan o imaginan (algo resumido con el concepto del “mí”, o el “otro generalizado”) (Blumer, 1986) y que con mucha frecuencia siguen a manera de un papel escénico cuyo guion construyen sobre la marcha a fuerza de la interacción social (Goffman, 1961). Adicionalmente, los significados construidos y sus objetos a su vez contribuyen a formar otro grupo de significados que cada individuo elabora acerca de sí mismo, puesto que cada individuo se puede tomar a sí mismo como objeto (self) (Blumer, 1986).

Estas anotaciones de la corriente interaccionista fueron asumidas porque permitieron localizar en el análisis aquellos aspectos directamente relacionados con la subjetivación, concretamente, el posicionamiento de los participantes hacia discursos veridiccionales, las normas, y las acciones y razonamientos que tenían como objeto a sí mismos, asumiendo como referentes los tres ideales subjetivantes neoliberales descritos en el marco referencial.

Teniendo esto en cuenta se diferenciaron cuatro entornos de interacción puesto que se observó, por un lado, cómo los códigos axiales se agrupaban por afinidad alrededor de grupos de significados asociados a dichos entornos, y por otro lado, cómo estos últimos parecían tener lógicas propias y demandas específicas de comportamiento para los participantes.

- A. LA INTERACCIÓN CON LOS USUARIOS: Es decir, de qué forma se articulan significados que son exclusivos a la construcción del usuario webcam, siendo la interacción con estos el centro de esta ocupación.
- B. LA INTERACCIÓN CONSIGO MISMO: Es decir, cómo se toma como objeto, razona, establece prácticas y tensiones teniendo como eje el sí mismo.
- C. LA INTERACCIÓN CON LOS ESTUDIOS WEBCAM: Es decir, los conflictos que se producen en la relación entre los estudios como organizaciones y los y las modelos webcam.
- D. LA INTERACCIÓN CON EL MUNDO EXTERIOR: Aquí se agrupó todo aquello que no podía ser incluido en las demás categorías, pero que era lo suficientemente dicente

sobre la forma como los participantes se entendían a sí mismos a raíz de ser modelos webcam, como para no ser descartado.

Ahora bien, es necesario identificar de qué manera las categorías iniciales se relacionan con esta forma de segmentar la presentación de los resultados.

El problema de las emociones se delimitó y focalizó sobre la interacción con el usuario, puesto que los fragmentos y códigos axiales relacionados con las experiencias emocionales hacían referencia principalmente a este aspecto. Esto no descarta evidentemente que los demás entornos de interacción estén relacionados con experiencias emocionales, pero esto se excluyó del análisis porque no se pudo encontrar un patrón claro. Lo que fue consistente es que se realizan operaciones sobre las emociones de cara al usuario con una finalidad definida. Una finalidad que permite evaluar toda experiencia emocional. Debe evitarse pensar que el trabajo de investigación permite generar inferencias acerca de emociones propias del colectivo de trabajadores y trabajadores webcam. Esta investigación falla en describir esa noción de esa manera, por lo que debe dejar de percibirse como un trabajo sobre emociones colectivas o compartidas, o identificadoras del grupo social con que se identifican los participantes. Esta investigación se focaliza en describir operaciones que se realizan sobre las emociones cualesquiera que estas sean, operaciones que a fuerza de la repetición hacen a los y las modelos webcam entenderse como poseedores de una experticia, y en las que el cuerpo está involucrado como uno de los medios a través de los que canalizan su experiencia emocional a una que juzgan más conveniente para el logro de un objetivo. Las lógicas subyacentes a esas operaciones sí son consistentes en los relatos entre sí, en comparación con la evidencia previa e interpretables de forma viable desde los sustratos teóricos escogidos tras largas iteraciones.

A diferencia de este, las dos otras nociones si permitieron identificar patrones con sentido a lo largo de los cuatro entornos de interacción. El problema del trabajo se puede leer como operaciones, desafíos, tareas y experticias que se desarrollan desde la interacción con el usuario; también como el justificante de una relación dirigida hacia sí que tiene de fondo un conflicto entre los deseos y unas demandas imaginadas del mercado; un ensamblaje normativo de arreglos, comportamientos, regulación y remuneración en el espacio dispuesto por un estudio webcam, que existe a su vez dentro de un contexto legal con legislaciones confusas sobre derechos para

trabajadores y trabajadoras webcam; y unos patrones definibles con los que reconocen que sus redes significativas les asignan características derivadas del ejercer o no esa ocupación concreta.

El problema de la subjetivación se extiende, igualmente, a la interacción con el usuario, puesto que la gestión de las emociones se posiciona como práctica dirigida hacia sí en función del deseo percibido del consumidor. Se concentra en los esfuerzos dirigidos a la construcción de una imagen, en la que participa el ideal de autenticidad. Se concentra también en la relación con los estudios, puesto que ese mismo contexto normativo y los discursos que se intercambian en él fomentan la identificación de sí con la forma empresa. Y, en últimas, también abarca la articulación biográfica que realizan acerca del papel de ser modelo webcam en el relato global de sus vidas.

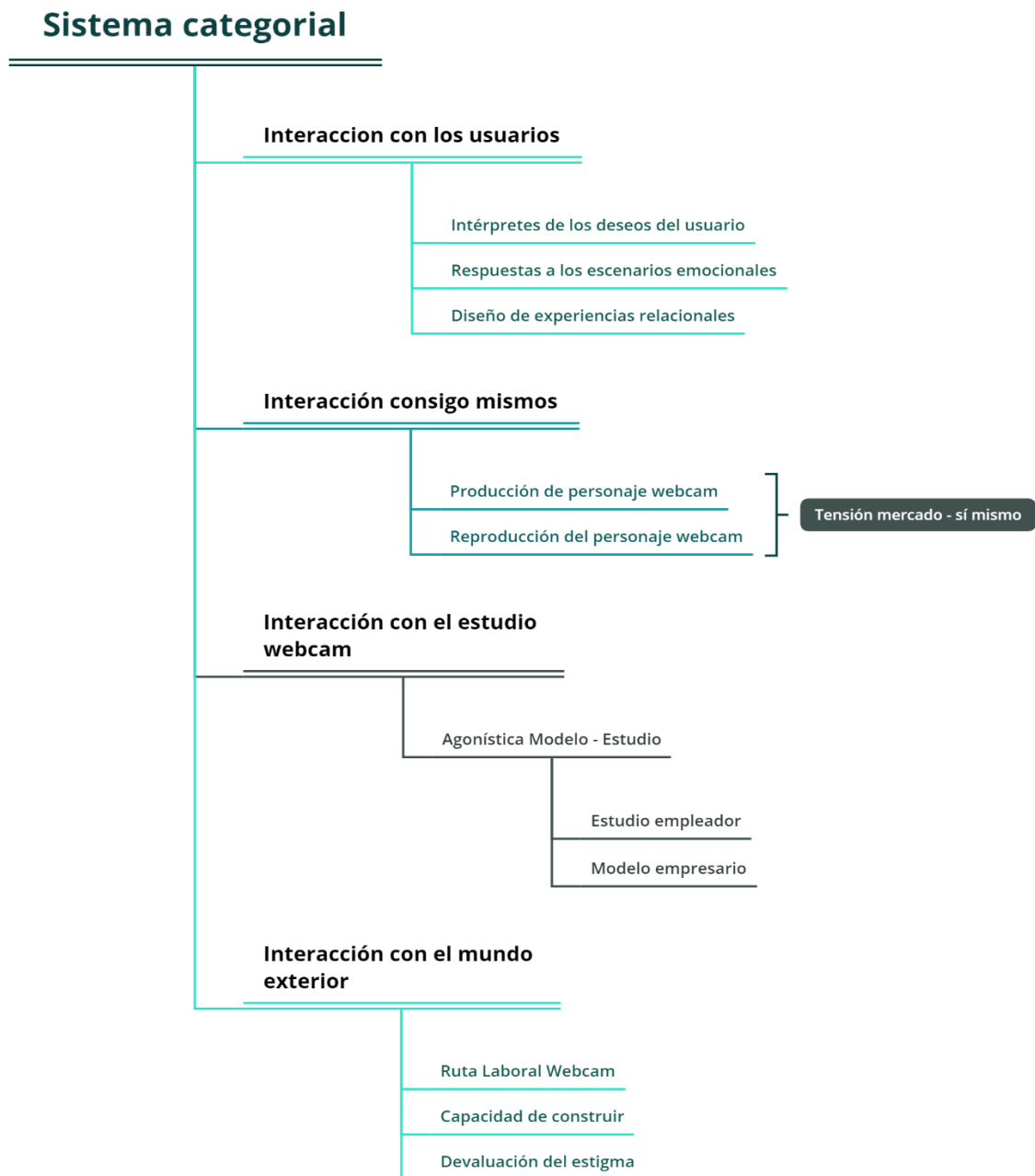
Teniendo en cuenta estas consideraciones, se presentan a continuación los hallazgos articulados a partir del sistema categorial previamente expuesto.

## 5. Hallazgos

El sistema categorial a partir del cual se estructura el siguiente capítulo se presenta en la figura 5 y se expone en una estructura de cuatro subcapítulos.

**Figura 5**

*Sistema categorial general*



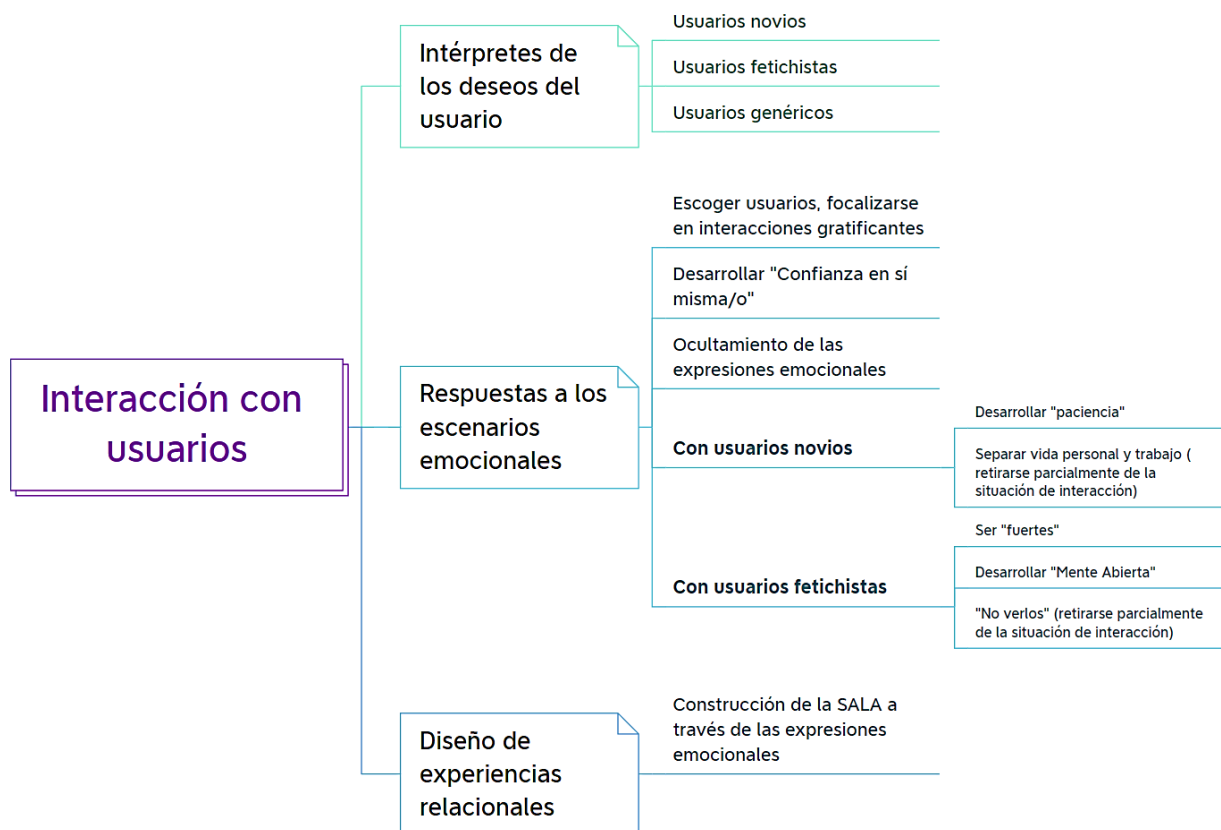
La clasificación de los hallazgos por entornos de interacción se decidió porque coincidían con la agrupación de códigos axiales, de manera que permiten diferenciar grupos de significados que surgen de la interacción con tres tipos de actores diferentes: los usuarios, el sí mismo, los estudios webcam como organizaciones. Un cuarto conjunto de códigos axiales se agrupó considerando que describía significados que tenían que ver con la interacción con actores heterogéneos y externos al trabajo webcam, la cual adquiriría nuevas connotaciones tras el ingreso a esta actividad.

Los cuatro entornos distintos suponen demandas distintas para los participantes y El derrotero que se sigue para la exposición de los resultados es la siguiente: Cada una de las categorías es abordada, primero, desde una posición inductivista, como resultado de las etapas del proceso de codificación selectiva, exponiendo sólo la versión final del proceso, y sólo la descripción de los datos basada en los relatos, estableciendo síntesis, exposiciones de los datos, tomando como referencia las expresiones utilizadas por los participantes. Esta descripción se intercala con la presentación de los conceptos producidos en la codificación axial y que fueron refinados en la codificación selectiva. En otras palabras, los apartados que hablan de las categorías exponen nuestra producción conceptual provisional, tan apegada cómo fue posible a la objetivación directa de los datos, y buscando poner temporalmente en suspenso preconcepciones provenientes de la teoría o evidencia reciente.

El último aparte de cada subcapítulo corresponde a la “discusión”, lo cual supone un cambio de tratamiento en los datos, puesto que cumple la función contraria. Estos apartados de cierre buscan conectar conceptos científicos en ciencias sociales, en especial las nociones de las que se echó mano en el marco teórico, así como hallazgos de investigaciones recientes con el fin de explorar cómo los conceptos producidos se interrelacionan con el estado del conocimiento sobre emociones, subjetividad y trabajo en torno al modelaje webcam, y ofrecer alternativas para interpretar la significancia de los hallazgos en ese contexto cognitivo.

### **5.1. Interacción con los usuarios: la sala y la administración de las emociones.**

El modelaje webcam se basa en ofrecer experiencias y fantasías a través de plataformas digitales. Estas son sexuales, de entretenimiento o tipos particulares de relaciones significativas con intimidad personal.

**Figura 6***Sistema de subcategorías de Interacción con usuarios*

El análisis de los relatos permitió identificar tres aspectos de este proceso:

- a. Cómo los participantes describen a los usuarios, establecen un saber sobre ellos, entendiéndose como intérpretes de deseos.
- b. Cuáles son los escenarios emocionales característicos que experimenta un o una modelo webcam y qué respuestas elaboran para mantener una expresión y experiencia emocional favorable para el trabajo con el usuario.
- c. La forma en que es pensada la experiencia relacional que se le ofrece al usuario y el papel directivo que juega un o una modelo webcam para definir el rumbo y los límites de esta.

### **5.1.1. *Intérpretes de los deseos del usuario***

Los participantes relatan constantemente hechos y experiencias relacionadas con los usuarios. “Usuario” es el nombre con el que designan a sus clientes. La jornada de trabajo, en su sentido más estricto, básicamente se trata de interactuar con ellos a través de ciertas plataformas digitales, que ellos llaman “páginas”. Los trabajadores webcam imaginan con cierta consistencia quiénes son los usuarios, y las creencias que adoptan para responder a esto determinan en gran medida sus formas de interactuar con ellos.

Yo digo que son personas que tienen problemas, de pronto familiares, personas que se le dificulta de pronto entablar una relación en su vida real o tienen algún problema físico que se lo impide y digamos que la soledad, la tristeza, demasiados problemas, los llevan a buscar estas mujeres, a nosotras y se sienten cómodas con nosotras (Melissa).

Un cliente típico que yo haya identificado es una persona solitaria, que tiene mucho trabajo. Pero hay excepciones, muchas excepciones. Pero normalmente es el típico hombre solitario, que trabaja mucho, el que viaja mucho, el que no tiene tiempo para salir, no tiene tiempo para brindarle a una esposa o todo eso o tiene trauma o tiene traumas ¿cómo trauma? Que tiene fetiches, cosas así y que los han traumatado como gozándose los, se rían de ellos, les hacen bullying por los fetiches que tienen o no muchas mujeres aceptan eso (Ana María).

Ana María aquí ha mencionado dos elementos a los que se alude con frecuencia a la hora de hablar de los usuarios y que parecen ir consolidando dos tipos más o menos diferenciados. Por un lado, personas solitarias a las que les es difícil socializar en el transcurso de su vida cotidiana en sus países o que tienen problemas psicológicos o vidas monótonas. Y, por otro lado, personas con preferencias sexuales que otras personas no aceptan.

Suelen ser mayormente hombres, hay muy pocas mujeres entre los usuarios, y en ciertos casos han llegado a atender parejas. Se da el caso de usuarios que son discapacitados, o de avanzada edad, y que por diversas condiciones tienen dificultades para socializar con otras personas o para sostener encuentros románticos. Hay usuarios jóvenes, atractivos, con buenos trabajos e ingresos, que simplemente no sienten la confianza suficiente para hablar con mujeres en sus países de origen, o que son muy tímidos.



Yo tuve un usuario que era muy lindo. Ese usuario era super bonito. Y me decía es que “A mí no me gusta... no soy capaz de ir a hablarle a una mujer” y decía ¿Por qué? “No, no me siento capaz”. Y no era capaz de hablarle a una mujer y siempre era desde el trabajo para su casa, y nunca ni a las del trabajo les hablaba. Y son así. Y en chat son super abiertos, pero no son capaz de hablarle a una mujer (Ana María).

Estos usuarios, al llegar al sentirse confortables con alguna trabajadora webcam, adoptan patrones de comportamiento que los participantes juzgan muy similares a los de una pareja sentimental. Expresiones de afecto constantes, visitar regularmente la sala del modelo, buscar permanentemente su atención, y algunos pueden demostrar este comportamiento durante muchos años. También esto incluye estar atentos y preocuparse por los trabajadores webcam. En algunos casos llegan, incluso, a hacerles regalos costosos.

Otros que sí se enamoran totalmente, porque se enamoran. Yo tengo usuarios de hace qué, un año y medio más o menos, que comenzaron conmigo y todavía están ahí, no se van nunca y todo el tiempo son ahí, ahí, ahí, no hay día que no entren (Ana María).

Estos usuarios podemos agruparlos con el término usuarios novios, de acuerdo con la terminología con la que los participantes suelen referirse a ellos. A menudo intentan explicar por qué las vidas de los usuarios novios son como son y por qué en concreto parecen buscar modelos de países latinos para satisfacer esas necesidades de carácter afectivo. La forma como construyen a partir de lo que los usuarios cuentan está anudada al desarrollo de creencias sobre la vida social en otros países y sus diferencias con Colombia. El usuario novio vive en un país económicamente desarrollado, en el que las relaciones interpersonales son distantes y frías, y en los que la interacción cumple un papel más pragmático. Asumen que los usuarios buscan modelos latinos y latinas debido a que encuentran una mayor disposición a tratarles de manera cariñosa y establecer relaciones afectivas con ellos. Caroline expresa una idea que sintetiza este parecer y que transmite a los modelos que entrena en su estudio:

Los países potencia, los países grandes como Estados Unidos, Alemania, Inglaterra, y eso se lo he repetido mucho a mis modelos, son países que, por ser tan grandes, la gente es más fría con ellos. No es lo mismo ir al Hueco aquí en Medellín, ir y comprar una camisa, allá te ofrecen, te dicen “mi amor”, te dicen “mi príncipe”, te dan ofertas de todo. Te entran a las malas prácticamente a la tienda. En una tienda en Estados Unidos a ti te dicen “¿qué necesita?” “a la orden”, “vea bien pueda mídase esta camisa”. O sea, es como muy a lo justo, allá no hay trato, no hay calor humano, no hay nada. Me contaba un usuario que era mucho más fácil conseguir relaciones y conocer gente en Colombia porque, por ejemplo, en el caso de un bar. Un bar en Estados Unidos es totalmente diferente a un bar, una discoteca en Colombia (Caroline).

Igualmente, los usuarios novios, aunque suelen solicitar de vez en cuando espectáculos sexuales, lo que más suelen demandar son conversaciones y tiempo de compañía, o atención. En algunos participantes, encontrarse con esta demanda de relaciones significativas no sexuales empieza a cambiar para los modelos la visión de que es un trabajo centrado en el sexo a ser, además, uno centrado en las relaciones. Melissa da cuenta de esto de esta manera:

Hay muchos hombres, hombres y mujeres que buscan una compañía, una persona que les haga sentir bien. Como una persona que se preocupe por ellos, entonces a veces simplemente se entablan conversaciones. Algunos llegan a entablarse como si fueran relaciones de clientes y personas que duran con una modelo hasta dos y tres años, eso realmente no todo es sexual en este negocio (Melissa).

El segundo tipo de usuarios, por el contrario, son identificados como aquellos que tienen lo que los participantes llaman “fetiches”, es decir, prácticas y preferencias sexuales poco convencionales. Entre ellas se encuentran usuarios que demandan shows centrados en los pies, o que tienen preferencias poco comunes, como modelar ropa interior o jugar con globos o balones de playa. Algunos de los usuarios encuentran placer sexual en ser vistos por los modelos. Sin embargo, relatan que hay fetiches más fuertes e inusuales, como zoofilia o pedofilia. Los usuarios que tienen preferencia por esta última siempre están presentes. Los participantes dicen que, por

esta razón, parece que modelos con rasgos faciales infantiles tuvieran generalmente más posibilidades de éxito en las páginas.

Por ejemplo, ahí llaman mucho la atención las niñas, las que tienen cara de niñas. Cuando tienen una cara de niñas, uno se ve cierta potencia porque uno sabe pues, tiene cara de niña, los pedófilos están fijos. Porque hay (risas) muchas cosas (Ana María).

Estos usuarios, de acuerdo con la forma en que los participantes usan el término, podemos agruparlo con el término usuarios fetichistas. Los participantes, cuando atribuyen problemas mentales a sus usuarios, aparentemente buscan dar una explicación psicologizada al comportamiento de los usuarios y estimar lo que ellos esperan encontrar.

Los participantes también han hecho alusión de manera esporádica a otros tipos de usuarios. Por ejemplo, aquellos que llegan a la sala de la modelo exclusivamente para ver espectáculos sexuales. Es posible que este tipo de usuarios abarque gran parte del tiempo de jornada laboral de los participantes, sin embargo, no los mencionan mucho en sus relatos, al parecer, debido a que la interacción con estos no reviste mayor exigencia aparte de disposición a realizar actos sexuales como masturbación o uso de juguetes sexuales, por lo que les podemos denominar usuarios genéricos. También, usuarios menos frecuentes pero que son comunes para los modelos nuevos son aquellos que sólo entran a intentar estafarles o molestarles.

Con la categoría intérpretes de los deseos del usuario recogemos entonces la forma en que los participantes construyen una idea más o menos organizada, compartida y consistente de quiénes son los usuarios, qué quieren y por qué. Los usuarios son presencias constantes y anónimas hacia las cuales se crean explicaciones y descripciones basadas en la interacción con estos. Hasta el momento, los usuarios más importantes para los participantes son los usuarios novios y usuarios fetichistas. Los usuarios son mayormente varones de países desarrollados que buscan establecer relaciones afectivas que no pueden entablar en su vida cotidiana, o bien satisfacer fetiches a los que no pueden dar cabida en su vida normal. Esta idea tiene como base atribuciones hasta cierto punto deficitarias que los trabajadores y trabajadoras webcam realizan sobre su vida psicológica y social. Interpretar qué es lo que los usuarios desean los ayuda a decidir qué deben hacer para llamar su atención, conservarlos y promover el consumo en la sala, lo que es visto como una habilidad que debe desarrollarse en pos de la rentabilidad del propio o propia modelo. Dado que el consumo

del usuario es la principal fuente de ingresos, es concebido por los participantes como alguien que debe ser cautivado y conservado, lo que se convierte en un imperativo del trabajo. Se produce una lectura de un mercado a la vez que de la interioridad de los otros, con base en información fragmentaria y escasa que obtienen por la interacción digital. Esa lectura, podría pensarse, se constituye como un saber considerado inherente a la ocupación con visos de desarrollo de un experticia y sistematicidad, que permite pensar en una posible tecnificación.

Por lo pronto, los usuarios más relevantes para los participantes parecen ser aquellos que buscan satisfacer fetiches (usuarios fetichistas), y aquellos que buscan la experiencia de una relación sentimental significativa (usuarios novios). Más allá encontramos a los usuarios que buscan experiencias rápidas que aparecen de manera frecuente, pero a los que se dirige una experiencia exclusivamente de descarga sexual (que podríamos denominar usuarios genéricos).

Cuando los participantes se habitúan a la diversidad de esta demanda, empiezan a considerar que el modelaje webcam no se trata exclusivamente de ofrecer espectáculos sexuales, aun cuando estos siempre se encuentran presentes. La interacción con los usuarios novios, en particular, dada la centralidad que tienen en los relatos, también puede relacionarse con la forma en que empiezan a construir un sentido para el oficio de modelo webcam más allá del carácter sexual, y empiezan a considerar las emociones y relaciones afectivas como un elemento clave para la definición del oficio.

### ***5.1.2. Pongo cara bonita y ya porque es mi trabajo: escenarios emocionales***

El desempeño del trabajo a través de interacción mediada por una plataforma digital en formato de vídeo-streaming convierte lo exhibido en un aspecto central del modelaje webcam. Los usuarios todo el tiempo se relacionan con la imagen que los participantes muestran a través de la pantalla. La permanente observación que los usuarios realizan les permite notar los estados de ánimo y las características corporales de los modelos, por lo cual, el proceso de interpretación de los deseos del usuario implica que los trabajadores webcam construyan una idea de cómo este reacciona ante ciertas expresiones emocionales. La mirada del usuario es muy detallada: “Ellos notan, ellos son demasiado, es como si tu fueras la novia y tú eres todo. En serio, ellos son así. Por ejemplo, yo me hago un nuevo tatuaje “tú no tenías ese tatuaje” Son así” (Ana María)

Ser intérprete de los deseos del usuario implica una conciencia permanente de hacia qué de lo exhibido llama y mantiene la atención de los usuarios y cómo reaccionan emocionalmente. Esto va de la mano de una observación sobre sí mismos, una objetivación de sus propias experiencias y expresiones emocionales en términos de cuáles de esas son favorables para la conservación de la relación con el usuario, en últimas, un esfuerzo de intervención sobre las emociones que apunte a agradar al usuario. Esto implica ocultar ciertos estados emocionales que son percibidos como no favorables.

Si usted está triste, todo el tiempo tiene que sonreír, porque si a usted se le nota la tristeza, los usuarios no entran (Ana María)

Simplemente pongo cara bonita y ya porque es mi trabajo y yo no puedo mostrar tristeza, yo no puedo mostrar enojo, yo tengo que tratar de mostrar algo que realmente agrade (Melissa)

Llamaremos escenarios emocionales a aquellas situaciones de interacción social entre usuario y modelo que aparecen con regularidad en los relatos de los participantes, y que suponen para los participantes una experiencia emocional sobre la cual se debe intervenir. Designa las situaciones concretas y potencialmente generalizables, que surgen del contacto con los usuarios a las que los participantes dan respuesta a través del manejo de sus propias emociones. Los participantes también consideran que la interacción con los usuarios es intensa y emocionalmente exigente: “La interacción con los usuarios es muy intensa. Para una persona no fuerte mentalmente es una mierda, porque ellos vienen a descargar todo en uno” (Sara).

Ésta a menudo se traduce en una estrategia que va adoptando de forma regular, lo que denominaremos elaboración de la respuesta, compuestos de pensamientos o acciones que los modelos adoptan gradualmente desde su inicio en la actividad para direccionar sus respuestas emocionales hacia otras que consideran favorables para las situaciones de interacción social con el usuario. Con esto, damos a entender que los participantes responden a los escenarios emocionales con un proceso de trabajo sobre las propias emociones que no sólo consiste en mantener una expresión emocional favorable al encuentro con los usuarios, sino también conservar o reforzar para sí mismos una experiencia emocional que ellos consideren apta para el trabajo de realizar

actos sexuales, entretener u ofrecer experiencias determinadas según lo que estiman que el usuario demande.

### **5.1.2.1. Construcción de los escenarios emocionales**

La entrada al modelaje webcam es narrada por los participantes como un momento muy difícil marcado por miedo y desorientación, en el que aún no hay claridad sobre cómo se debe actuar y, en concreto, sobre qué se debe hacer, qué expresiones deben acentuarse u ocultarse y cómo manejar las respuestas emocionales que les sobrevienen. La situación de interacción social con los usuarios es percibida como confusa y caótica y caracterizada por la desorientación frente a lo que demanda esa interacción. La expresión que aparece en los relatos es “experimentar nervios”:

Empecé con poco entrenamiento. O nulo prácticamente. Empecé sola, atropellándome pues contra los usuarios. Haciendo cosas que no debía hacer, como modelo pues uno tiene como sus... sus cuestiones, su todo, todo lo que es como... ¿Cómo decirlo? Como un código de ética y una forma de comportarse en cámara que sea la más adecuada para uno poder compartir con ellos. Y eso lo tuve que aprender en el camino. Sola (Caroline).

La primera vez asustada, asustada [risas]. Nerviosa, no sabía qué hacer, me quería morir de la vergüenza porque, aunque estaba ante una cámara pensar que todo el mundo me estaba viendo (Melissa)

Además, los participantes suelen expresar que al principio hay usuarios que los pueden llegar a atacar o acosar verbalmente. Los participantes dan cuenta de usuarios que buscan molestar o estafar a modelos que son nuevos, lo que acentúa los nervios, pero también el poder dar manejo a estas situaciones es visto como una habilidad que no se tiene al principio pero que se desarrolla.

Lo que uno se siente es perdido, porque hay mucha gente maldita. Pues, sobre todo a los nuevos, a los nuevos, como, no, o sea, uno supone que si uno es nuevo uno no sabe manejar bien la página, uno no sabe tratar a las personas, que no tiene esos básicos. Entonces se aprovechan de uno cuando uno es nuevo. Es muy caja [gracioso], no sé cómo explicarte. Pues fue, más que todo nervios (Sara).

Sin embargo, también hay usuarios que permanentemente muestran aprecio, apoyo y afecto a los modelos, lo que matiza la sensación de desorientación y algunas modelos se sienten admiradas y apoyadas por estos usuarios, por lo que se focalizan en estas interacciones más gratificantes: “Te van a decir hermosa, te van a decir que sos una reina, que sos la mujer más hermosa que ha habido sobre la faz de la tierra, ellos prácticamente se le arrodillan a uno, eso” (Caroline).

La respuesta que elaboran hacia estas situaciones es intentar enfocarse en a qué tipo de usuarios prestarle más atención. En otras palabras, escoger y discriminar el tipo de interacciones que reciben de su audiencia, de acuerdo con qué experiencia emocional provoquen sobre el trabajador o trabajadora webcam, dando manejo o ignorando las interacciones que provocan respuestas emocionales indeseables y focalizándose en aquellas que provocan respuestas que facilitan la tarea de atraer a los usuarios.

Algunas de las condiciones individuales que incrementan la tensión percibida en este escenario son, por ejemplo, la confianza que el modelo pueda tener sobre la apariencia de su cuerpo, sumado a manifestar que son observados por mucha gente en este entorno virtual les suele generar una experiencia de pudor, vergüenza y miedo. La construcción del escenario emocional puede estar marcada, según los relatos, por aspectos asociados a su vida social y relacional externa. Aquellos con una mayor preocupación de ser descubiertos o de que sus vídeos y fotos se filtren en internet tienen más dificultades para hacer frente a esa experiencia. Sin embargo, un factor que parece ser diferenciador parece ser el apoyo del estudio.

Caroline, quien administra el estudio pero busca basarse en su propia experiencia como modelo para el entrenamiento de los nuevos y nuevas, enfatiza en que busca promover un ambiente de apoyo que se diferencie de los estudios en los que ella trabajó, bajo la convicción de que el conocimiento y el soporte interpersonal pueden ayudar a hacer más llevaderos los primeros días de trabajo y acelerar el aprendizaje sobre qué respuestas emocionales elaborar y cómo. Pero la construcción de escenarios emocionales y elaboración de respuestas también puede llegar a ser interpretada por los participantes en términos de una transformación individual.

Poco a poco, con ayuda de las personas que te enseñan a manejar este trabajo, va soltando el miedo, va soltando la pena, te vuelves una mujer más extrovertida, en mi caso yo era mucho más tímida, esto a mí me ayudó a encontrarme a mí misma y a conocerme a mí

misma porque yo era una mujer muy tímida, yo era lo contrario de lo que soy ahora (Melissa)

Al profundizar en la forma como Melissa percibe su propio proceso, se puede inferir que la respuesta elaborada para los escenarios emocionales es el desarrollo de lo que aparece en los relatos como “confianza en sí misma”.

Primero que nada, tener confianza en sí misma, que eso lo refleja. Si es una persona que te da miedo no eres capaz de hacer nada, entonces eso no va a gustar, una persona tibia, asustada frente a un computador no va a llamar la atención, entonces primero que todo tener confianza en sí mismo (Melissa).

Desarrollar confianza implica una elaboración de la respuesta que incluye adquirir expresiones y gestos con los que se dé a entender al usuario que el o la modelo no sienten miedo a interactuar con él, y que es percibida como una estrategia efectiva. Mostrar miedo aparece como algo indeseable, toda vez que ahuyenta a los usuarios, por lo que los participantes entienden que el miedo debe desaparecer para lo cual el paso inicial es emprender una transformación personal para erradicar, controlar o cuanto menos ocultar esta respuesta. A su vez, no mostrar miedo implica su opuesto, que es demostrar seguridad, lo cual tiene como efecto que el usuario percibe del o la modelo una mayor disposición a relacionarse y eso a su vez lleva a que sea atraído más fácilmente:

En suma, podemos pensar que la construcción del escenario emocional es un punto inicial del trabajo webcam en el que se establece un terreno de exploración sobre las propias experiencias emocionales derivadas de la interacción con el usuario, y la adopción de recursos para darles cierto manejo. El entorno inicial se resume en nervios y miedo relacionados con habituarse a la mirada permanente del usuario, y a la ausencia de instrucciones. Esto varía no sólo por la historia individual, sino también por la estructura de apoyo e instrucción que el estudio haya establecido para el aprendizaje de los modelos. En la elaboración de las respuestas, en este caso, parece ser muy importante discriminar las interacciones que mejor conserven para ellos un estado emocional agradable para el usuario. Pero también hay elaboraciones de la respuesta que parecen sugerir una noción de transformación personal y autoconocimiento fundamentales, como “desarrollar confianza en sí mismo”.



Por último, cuando no se puede elaborar la experiencia emocional, se escoge ocultar las expresiones emocionales cuando son desfavorables. Esto implica que, en algunos momentos, ya sea por efectos de la interacción con el usuario o por causas externas al trabajo, los participantes no pueden mantener

Te voy a poner un ejemplo. Una vez yo estaba super triste, y estaba transmitiendo, super bien, cuando obviamente, a ti te da, no sé, hay veces que te sientes tan, como tan apretada y como con un nudo, yo bajé la cámara, y mostré mi trasero y empecé a llorar, y los usuarios nunca se dieron cuenta, y ya cuando subí la cámara ya todo normal. Actué como si nada. Me desahogué, y luego ya seguí transmitiendo normal (Ana María).

Esto último muestra que en torno a la experiencia emocional la elaboración de la respuesta puede adquirir una significación relacionada con un trabajo sobre sí mismo, el planteamiento de la necesidad de transformar algo de sí mismos como un elemento básico para el ajuste a las exigencias del modelaje webcam. En este caso, la evidencia muestra que la experiencia emocional deviene objeto de automonitoreo, lo que hace que este tipo de trabajo genere una mayor atención sobre las experiencias emocionales y la adopción de estrategias para moldearlas de acuerdo con lo que estiman más favorable y ventajoso para el desempeño del modelaje webcam. Podría hipotetizarse que, por un lado, aquellos trabajadores y trabajadores webcam que desde el inicio podrían no percibirlo como emocionalmente exigente, dado que se ajusta a su forma de ser y sus propios patrones de experiencias emocionales. Por otro lado, aquellos que sienten que deben modificar algo de sí mismos sólo para el ámbito del trabajo, en concreto, sus formas de responder emocionalmente a la interacción con los usuarios, elaborando formas nuevas de expresión y gestión emocional. Y en último lugar, aquellos que adquieren repertorios de respuesta emocional que surgen en la interacción con el usuario, pero que pueden llevar a otros ámbitos de la vida.

### **5.1.2.2. Escenarios emocionales de noviazgo**

La interacción con los usuarios novios produce un tipo característico de escenarios emocionales. Los escenarios emocionales de noviazgo son aquellos producidos en la interacción con usuarios novios, y que simulan o recrean situaciones asociadas a las relaciones de pareja, los

usuarios particularmente exigen atención y expresiones afectivas de manera constante, lo que motiva a los participantes a demostrar y conservar la disposición a ofrecer estos gestos de manera permanente. Los escenarios emocionales de noviazgo se pueden identificar por tiempos largos de shows privados que incluyen conversaciones extensas identificadas por su intensa carga en lo que respecta al trabajo exigido para hacer sentir al usuario que se le corresponde adecuadamente de su necesidad de vinculación afectiva. Estos escenarios emocionales son variables debido a que, aunque los usuarios novios tienen unas características comunes entre sí (ser hombres solitarios de países industrializados que desean una relación de pareja significativa), las demandas que realizan a la modelo en materia de expresiones de cariño varían ampliamente de uno a otro. Las modelos son enfáticas en que algunas de estas formas son infantiles y les generan respuestas emocionales indeseables, a tal punto que podrían ser dañinas.

Ellos son como niños y es todo virtual. Entonces es como criar un niño en una computadora. Es una mierda (Risas). Uno todo el tiempo está en llamada virtual con ellos, todo el tiempo tiene que hablarles, si uno no les habla se sienten mal, ellos están todo el tiempo al borde del suicidio, porque... porque es que sus vidas son muy vacías. Entonces se refugian en esas otras personas y uno, y eso sí es terrible, porque casi siempre termina siendo muy tóxico para la modelo (Sara).

Llegan días que digo “no, no aguanto. Yo no aguanto”, hay veces que los usuarios, ellos se enojan, ellos hacen reclamos, dramas, haga de cuenta es tener un novio por internet. Tener muchos novios por internet, y me hacen drama, que no me saludaste hoy, que por qué no me escribiste, que por qué no me, ahí mismo entré y no me saludaste, son como cosas así [...] es como entregarse a ellos sin ni siquiera tocarlos. Es muy estresante, la verdad este trabajo es demasiado estresante (Ana María).

Ana María considera que lo que hace realmente exigente responder a estos escenarios es la similitud marcada con relaciones de amor romántico. Como los usuarios novios son personas solitarias, de allí se deriva que estos hagan constantemente exigencias a la modelo de ocupar el rol de novia entregada, produciendo una respuesta emocional definida como estresante. De aquí se deriva que el escenario emocional asociado a los usuarios novios recrea una relación de pareja

particular en que el usuario tiene necesidad de abundante atención y expresiones de afecto, y que desata respuestas de estrés para los trabajadores y trabajadoras webcam. Incluso, en la plataforma en que nuestros participantes trabajan (Chaturbate), se encuentra la opción de vender su número de whatsapp para que los usuarios puedan hablar con ellos fuera de la página. Esto hace que el escenario emocional no esté supeditado sólo a la interacción a través de la página, sino que irrumpe sobre el tiempo libre y vida personal de los participantes. En este punto, dado que los usuarios son escogidos tomando como criterio la favorabilidad o no de las respuestas emocionales que suscitan al trabajador o trabajadora webcam, algunos usuarios novios pueden ser tarde o temprano descartados cuando valoran que el escenario es insostenible y sobrepasa la capacidad de elaborar respuestas.

“Pero yo quiero que me digas que somos novios” [decía el usuario], “no somos novios porque no nos conocemos, o sea no, solamente hemos estado por la página”. Entonces se metió una película impresionante, yo le dije: “no quiero hablar contigo”. Me llenó de llamadas el celular impresionante. Es una persona demasiado obsesiva. Hasta que un día entró otra vez, después de que ya le había dicho que no quería volver a hablar con él. Entró y a burlarse de mí a la página. Entonces yo digo esas personas cuando están pasando los momentos más locos, uno se da cuenta si de verdad vale la pena seguir hablando con ellos (Ana María).

Al profundizar sobre cómo se lidia con este tipo de demandas de los usuarios, Caroline, quien además de administrar el estudio también es modelo webcam, es enfática en que estas situaciones son comunes para los modelos, y se vuelven más comunes mientras más usuarios novios acumula cada uno a lo largo del tiempo, por lo que se debe desarrollar una predisposición a aceptar con tranquilidad estas exigencias:

Tranquilo, tener mucha paciencia, uno también aprende a tener paciencia, pero de la recontra paciencia, tanto con usuarios como con uno mismo. Uno no se puede desesperar. Ni porque fulanito le dijo tal, ni porque una está pensando cosas que no son. Uno tiene que tener paciencia. Y yo creo que eso es un valor que uno aprende con el tiempo, porque... es

una virtud. La paciencia es una de las más grandes virtudes que uno tiene que aprender a tener (Caroline).

Un desenlace para los escenarios emocionales de noviazgo es entendido como otra transformación personal, el desarrollar paciencia, como una forma de instarse a sí mismos a asumir con calma la intensa exigencia de los usuarios novios hacia desempeñar el papel de novia atenta, pero también a disminuir la importancia tanto de expresiones de los usuarios en las situaciones de interacción como los propios pensamientos que puedan llevar a respuestas emocionales indeseadas para el trabajo webcam. Esto apoya la idea de que la elaboración de respuestas es asumida como un trabajo sobre sí que, además, no se presenta de forma inmediata, sino que lleva tiempo y esfuerzo realizar para las modelos. El desarrollar paciencia implica además tomar ciertas decisiones y asumir ciertas acciones para facilitar este desarrollo, como plantear una barrera entre las exigencias afectivas de los usuarios y la vida personal: “Paciencia. Es nuestro trabajo. Nosotros tenemos que separar lo de ellos con nuestra vida normal para que no se vaya... porque si uno lo mezcla se vuelve un pedo” (Sara)

Los escenarios emocionales de noviazgo, además, también se caracterizan porque involucran situaciones de demanda afectiva que no requieren la elaboración de respuestas. Hay casos en los cuales los participantes mencionan que los usuarios novios son una fuente de experiencias gratificantes, hasta el punto en que dirigen hacia ellos amistades que juzgan como reales en tanto que no se reducen a interpretar el rol de novia atenta.

Y simplemente se entabla una bonita relación, incluso uno llega a sentir cariño por ellos, son personas amables, respetuosas y cuando no es sexual, se entablan ese tipo de relaciones, clientes que te duran por años, que se mantienen en el tiempo, cuatro, cinco años, conozco muchas modelos que tienen clientes de cuatro, de cinco años, son clientes enamorados como le decimos nosotras (Melissa).

Estos fragmentos muestran que, al igual que los usuarios novios determinan escenarios valorados como estresantes y dañinos que requieren la elaboración de una respuesta elaborada que implica el desarrollo de paciencia como transformación personal, pero también son vistos como una fuente de experiencias gratificantes que no requieren elaborar ninguna respuesta. Aunque los

usuarios novios son clientes que consumen largos tiempos en conversaciones privadas con las modelos y son valorados por las ganancias que esto genera, hay modelos que también los valoran porque permiten que el trabajo webcam sea una actividad disfrutable.

Los desenlaces, en cierto modo, pueden ser entendidos como las formas en que modelos webcam resuelven esta situación discrepante entre las emociones favorables para las exigencias de la ocupación y las emociones que sienten de manera natural ante situaciones similares. Por lo tanto, ante estos escenarios, como desenlaces, los participantes aluden a desarrollar paciencia, que es adquirir una predisposición a reaccionar de forma más calmada y menos intensa de lo que lo harían normalmente ante las mismas situaciones.

Los desenlaces emocionales, si los entendemos como la elaboración de una respuesta, implican un trabajo sobre sí mismo en la medida en que hay un esfuerzo intencionado por transformar la respuesta emocional con la que normalmente se abordaría la situación. Esto puede implicar no sólo ocultar el desagrado o el enojo ante las demandas de los usuarios, sino también realizar un trabajo sobre sí mismos para hacerse menos sensible a sentirlo. Cuando los escenarios son agradables, otros desenlaces posibles consisten en responder a las muestras de afecto del usuario a través de confianza y aprecio que perciben como genuino.

### **5.1.2.3. Escenarios emocionales fetichistas**

Los usuarios fetichistas también participan en la generación de situaciones estereotipables que pueden requerir elaboración de respuestas. Estos usuarios tienen demandas inusuales ya que su forma de entretenerse o encontrar gratificación sexual, según los participantes, es a través de espectáculos que califican como extravagantes. Tales usuarios demandan espectáculos altamente diversos, que los participantes encuentran curiosos o divertidos y a los que simplemente deben mostrar disposición.

Me ha pasado dos usuarios que les gusta los balones de playa y al otro le gustan los globos de fiesta y solamente me pagan para eso, no tengo que, no es nada, nada, no tengo que mostrar nada, solamente jugar con el balón de playa, por ejemplo, tocarlo, sobarlo y simplemente por eso me pagan o el otro que es con los balones de fiestas solamente le gusta ver cómo se inflan y se desinflan y ya (Melissa).

Al igual que con los usuarios novios, si bien hay interacciones con usuarios fetichistas de las cuales los participantes mencionan derivar una experiencia de bienestar y disfrute del trabajo, también pueden requerir otra clase de elaboración de respuestas. El término mente abierta parece aludir a la apertura que tienen los modelos a presentar respuestas emocionales placenteras relacionadas con presenciar o participar de prácticas sexuales que no consideran usuales. Los participantes entienden que, si no se tiene mente abierta al iniciar como modelo webcam, esta se irá desarrollando con la exposición al trabajo. Por lo tanto, desarrollar mente abierta cuando no se tiene, puede entenderse como una respuesta elaborada en términos de una transformación sobre sí mismo que implica aceptar las prácticas sexuales que le causan extrañeza y esforzarse por encontrarlas disfrutables. La sexualidad, al estar presente de forma central en las actividades y conversaciones diarias, tanto con usuarios como con otros modelos y personal del estudio, tiene como efecto el promover la aceptación de expresiones sexuales que habrían sido rechazadas o censuradas por los participantes antes de iniciar en el trabajo: “No sé, ya, sí uno queda más de mente abierta por así decirlo. Ya es como ¿Trío? Trío. Vamos. [Risas] porque uno ya es como, está acostumbrado a andar desnudo por acá, en cualquier momento lo ven así” (Sara).

Por lo tanto, esto hace que los escenarios fetichistas varíen ampliamente en términos de la exigencia a elaborar respuestas. Los participantes consideran que esto está vinculado a la historia individual, dado que, por ejemplo, quienes ya tenían mente abierta antes de iniciarse como modelos, o que han recibido apoyo del estudio o de otros modelos en su proceso de aprendizaje, toleran mucho mejor los primeros días de trabajo que aquellos modelos a los que no, o que entran al trabajo teniendo poca confianza sobre su apariencia física. Sin embargo, algunos usuarios fetichistas llegan a producir para los modelos escenarios emocionales que perciben como extremos. Para estas situaciones, juzgan que tener mente abierta no es suficiente para enfrentarlas:

Una vez me pasó que tuve un usuario que quería que yo lo viera y ya. Yo no estaba haciendo nada, sólo lo estaba viendo, pero él se estaba maltratando con unas chimbadas y luego se amarró acá y se empezó a inyectar cristales, le empezó a salir sangre y la sangre se la estaba untando en el pene y así se estaba haciendo la... y uno era como, o sea, qué es esta mierda, para eso no puede haber mente abierta, o sea es que eso es demasiado perturbador (Sara).

Hay una nena que vio que un muchacho estaba teniendo relaciones con un perro. Otra que vio que, con la hermanita, la, estaba teniendo sexo con la hermanita chiquitica. Son muchas cosas que trauman. Pues. A mí nunca me ha tocado ver algo tan traumante, pero a ella sí le tocó, y ella no quiso seguir. Ella dijo que no, que, de verdad se sintió como si estuvieran violando a la hija (Ana María).

A partir de este relato, también puede concluirse que los participantes tienen la creencia de que algunas trabajadoras desertan del modelaje webcam cuando juzgan que lo que experimentan en las situaciones de interacción con los usuarios sobrepasa lo que los son capaces de manejar a nivel emocional. Otra respuesta elaborada, es intentar no verlos. No verlos implica adoptar como recurso frecuente el retirarse parcialmente del escenario emocional cuando este es intolerable para mitigar las reacciones de asco o sobrecogimiento y mantener para el usuario la apariencia de disposición y aceptación ante la interacción que sucede en la plataforma. Se asume que el usuario fetichista es enfermo mentalmente, por lo cual sugerir otros tipos de espectáculos o razonar con este es algo que no tiene efectos. No se puede cambiar a los usuarios, a la vez que tampoco es visto como favorable rechazar estas situaciones.

En este caso, un recurso utilizado por Ana María es mover la ventana de videollamada al borde de la pantalla o poner otras ventanas encima de manera que ella no vea de manera directamente lo que el usuario hace, de esta manera, mitiga la respuesta emocional indeseable y mantiene una expresión favorable a conservar el show durante el mayor tiempo posible.

Pero ahora uno sabe que la gente es enferma y que uno no debe como, por así decirlo, por ejemplo, yo lo que hago para evitar todo eso es no verlos. Ellos pagan para que uno los vea, pero uno no los ve. Yo lo que hago es ponerlos para que se vea sólo con movimiento de las manos o algo para yo saber si está escribiendo o si está haciendo algo, y no los veo, porque así no me daño yo mi cabeza. Porque yo sé que donde yo vea algo así, no (Ana María).

Caroline afirma que sus modelos webcam se enfrentan a fetiches que son muy difíciles de tolerar y porque los usuarios buscan, precisamente, el servicio de modelos webcam para poder satisfacerlos. Dado que tener mente abierta no es suficiente para tolerar las demandas de estos usuarios, aparece una respuesta elaborada más orientada hacia la mitigación y ocultamiento de las emociones, que categorizan como ser fuertes, siendo más apropiada para los escenarios

emocionales fetichistas que suponen mayor probabilidad de reaccionar de manera no deseada. El ser fuertes consiste en un intento de mitigar las respuestas emocionales de desagrado o rechazo mientras se mantiene frente al usuario una disposición aparente hacia secundar o disfrutar con sus fetiches. Esto sucede sobre todo con los usuarios fetichistas que tienen la tortura, la zoofilia o la pedofilia como preferencias sexuales. Durante una sesión de este tipo se genera una situación de interacción que no se puede interrumpir.

Yo siempre les inculco que sean muy fuertes, porque a mí también me ha tocado muchas cosas. A mí me tocó ser, cómo se dice, el suplente de la hija de un tipper, de un usuario. Porque yo, según él, me parecía mucho a la niña. La niña tenía cinco años. Según el, pues, yo me parecía mucho a la niña, el usuario me pedía que me pusiera faldas, que me pudiera medias, que saltara en la cama, que soltara burbujas, que me mojara con agua, y el usuario me llegó a decir “Es que si usted no estuviera en esta cámara, si usted no estuviera aquí yo violaría a mi hija”. Y yo como “Ahh, Ajá, no te preocupes, yo siempre voy a estar ahí”. Yo no le puedo mostrar al usuario la más mínima, el más mínimo disgusto, yo no le puedo mostrar al usuario que no estoy de acuerdo porque el usuario se va, y en este caso, para mí era importante que el usuario llegara todos los días a mi sala, más que porque me generara dinero, más el hecho de pensar que probablemente va a estar violando a la niña, a la propia hija. Tenía que ser fuerte y actuar. El noventa por ciento de lo que se hace en cámara es teatro (Caroline).

Esto sugiere que, para facilitar el desarrollo de esta elaboración, es útil convencerse de que lo que se hace frente la cámara es actuación, no es real. Pero este fragmento, además, sugiere que la elaboración de respuestas no es necesariamente un asunto individual. Por el contrario, la elaboración de respuestas puede ser sugerida, enseñada y reforzada de manera colectiva entre trabajadores y trabajadoras webcam. Los mecanismos para hacer frente a las exigencias de cada escenario emocional pueden adoptarse a partir de la comunicación dentro de un mismo estudio. En particular, “ser fuertes” es entendido como una transformación personal que implica desensibilizarse tanto como sea posible ante los escenarios emocionales fetichistas más inaceptables para el modelo, y usar todos los medios posibles para mitigar las respuestas no deseadas. “La nena en estos días que le tocó ver esa cuestión como de se estaba comiendo a la niña



en cámara, qué me tocó. Parece, darle una aromática, sentarla y decirle ‘hay que ser fuertes’”(Caroline).

En resumen, los escenarios emocionales fetichistas son aquellos generados por usuarios fetichistas, y en muchos casos demandan un trabajo sobre las emociones que es afrontado de forma distinta por cada modelo, en función de la apertura sexual o disposición a la exploración que tenga previamente a su inicio en la ocupación. Elaborar una respuesta para este tipo de escenarios se puede condensar en su uso de la expresión “tener mente abierta”, que denota el desarrollar una apertura hacia actos sexuales que ellos mismos juzgan como raros o poco convencionales, y que para algunos trabajadores y trabajadoras posibilita el disfrute. Otros participantes responden a través de “no verlos”, evitando su exposición a la situación a través de focalizar su atención en otros estímulos, o también lo que se resume en la expresión “ser fuertes”, es decir, un intento de mitigar su propia respuesta hacia los fetiches más fuertes de los usuarios, que tocan actos de tortura, zoofilia o pedofilia que los participantes juzgan como moralmente inaceptables.

### ***5.1.3. Tienes que armar tu sala: Diseñadores y diseñadoras de experiencias relacionales***

Hasta este punto, tenemos que el modelaje webcam conlleva un desarrollo de un saber con visos de sistematicidad que lleva a las y los trabajadores entenderse como intérpretes de los deseos del usuario, lo que constituye una guía para interactuar con ellos, y también una serie de elaboración de respuesta que son formas de adoptar nuevos repertorios emocionales para cada una de las situaciones de interacción social que emergen con cada tipo de usuario.

A estos dos aspectos se les suma uno más. Los trabajadores y trabajadoras webcam utilizan la elaboración de las respuestas para direccionar el comportamiento de los usuarios a través de una estimación de lo que su expresión emocional sugiere o suscita. Por lo tanto, se puede hablar del diseño de la experiencia relacional. Tomemos como base un fragmento del relato de Sara, en el que utiliza como respuesta el ocultamiento de las emociones.

Por ejemplo, que uno está en sus días, uno es una mujer, no quiere que le hablen (Risas). Entonces uno está en sus días, uno trata de cambiar el show, por ejemplo. Que sea más, personal. O sea, no sexual sino personal, cuando yo no estoy de ánimo para trabajar con ellos, yo sólo me siento, con ropa casual como si estuviera hablando contigo, hablando con

cualquier persona, y ya, y me parcho a hablar con ellos y me río. Entonces como no les doy ningún tipo de indicio sexual ellos no, ellos no (Sara).

En este caso, Sara oculta su estado emocional escogiendo un repertorio de expresiones más favorable a mantener conversaciones casuales que actos sexuales. Esto implica que las estrategias de respuesta emocional que se elaboran, también se escogen porque tienen un efecto sobre el comportamiento del usuario.

El diseño de la experiencia relacional se puede definir como el conjunto de decisiones que un o una modelo webcam toma en torno a los tipos específicos de experiencias que ofrecen al mercado para poder hacer de su trabajo una actividad tan rentable y gratificante como sea posible. Es decir, manufacturan una experiencia para el usuario, pero a su vez moldean un entorno de trabajo que puedan considerar placentero, dirigen la demanda del usuario de acuerdo con sus propias preferencias y estados internos, modifican la situación de interacción de manera que se les facilite responder a la norma de expresión emocional.

Esto implica que, a través del desempeño del trabajo, los trabajadores y trabajadoras webcam reconocen el papel directivo-orientativo que pueden llegar a tener sobre el comportamiento de los usuarios que frecuentan su espacio digital, de la misma manera que un anfitrión. Esto, además, sugiere que la demanda de los usuarios no es siempre igual, no es estática sino dinámica, y en cierto punto de la entrada al oficio empieza a ser entendida por el trabajador webcam como algo que puede ser estimulado o desalentado a través de acciones y expresiones.

Ser intérprete de los deseos de los usuarios implica, por lo tanto, no sólo predecir lo que los usuarios necesitan, sino manipular la demanda y tomar decisiones sobre la clase de experiencia que quiere ofrecer. Esto nos lleva a considerar la noción de sala. La sala es un entorno de chat interactivo con streaming en tiempo real, que es provisto al modelo por la plataforma digital, de manera que es en ella donde los usuarios pueden ver constantemente su transmisión. Aunque el trabajador webcam se encuentra en un espacio físico, como una habitación o un estudio, la sala alude a la representación virtual de este.

La sala corresponde al espacio virtual propio y único en el que los participantes interactúan con los usuarios, y en la que los trabajadores y trabajadoras webcam establecen un tipo de experiencias concretas que pueden diferenciarlo de otros modelos en la misma página. En cierto modo, la metáfora de “sala” denota un área virtual en la cual las interacciones tienen lugar, en la

cual tienen la autonomía de un anfitrión o anfitriona, establecen reglas, proponen juegos o espectáculos, y en la que intercambia mensajes con los usuarios.

Allí pueden establecer normas de comportamiento que regulan y evitan las interacciones no deseadas. La sala alude a su vez a una audiencia de clientes asiduos y seleccionados que frecuentan ese espacio digital. Los participantes perciben que tienen autonomía para seleccionar con cierta exclusividad cuáles son los usuarios a los que permiten interactuar con ellos, por lo que tienen preferencias personales y únicas sobre qué interacciones son más beneficiosas que otras.

Si a mí un hombre, un usuario me está diciendo algo que no me gusta, yo automáticamente le hago entender de que no me gusta, yo no me aguanto. Como otras personas que porque “Ah, me está dando muchos tokens, entonces me voy a aguantar” no. Así sea el que más me está dando en este momento, yo no me aguanto nada. Si empieza de grosero a faltarme el respeto, yo automáticamente lo saco (Ana María).

Cada modelo tiene sus normas, su forma de trabajo. Por ejemplo, yo hay cosas que tolero, por ejemplo, que me llamen ‘perra’, o algo por el estilo si se puede, pues si ellos acordaron conmigo anteriormente hacerlo (Caroline).

Exacto. Si uno acuerda sí (Ana María).

Por lo tanto, el diseño de la experiencia relacional se puede entender como un saber adquirido acerca de cómo manejar adecuadamente la sala en términos de seleccionar clientes con los que sea más favorable entablar relaciones. De aquí se podría pensar que hay por lo menos dos criterios mediante los cuales los participantes incluyen o descartan a un usuario en su sala: si estos usuarios consumen de manera regular o pueden llegar a hacerlo, o si estos les producen emociones agradables. Los usuarios que no se atienen a estos criterios son expulsados de la sala, porque los participantes consideran que no sirven. Esto podría implicar que los modelos descubren en algún momento que los usuarios agresivos o estafadores que encuentran durante los primeros días de trabajo pueden ser fácilmente expulsados de la sala. Debido a que mantener un estado emocional deseable es indispensable para atraer usuarios y entablar relaciones con ellos, ambos criterios señalan el provecho económico como una directriz para la elección de los usuarios, por lo que una sala de mejor calidad es a todas luces es una sala más disfrutable y menos desgastante, y al mismo tiempo es una sala más rentable.

Uno empieza a generar un filtro de usuarios buenos, cuando uno empieza a sacar los usuarios que no le sirven a uno, que a uno no les gustan, empieza a tener una sala de mejor calidad (Caroline).

Exacto. Entonces tu permites o no permites. Tu manejas tu sala como tú quieras, tú tienes que armar tu sala (Ana María)

De la misma manera en que los trabajadores y trabajadoras webcam tienen autonomía para seleccionar a los usuarios, también toman decisiones sobre la clase de experiencias que les ofrecen en su sala, lo que a nivel técnico se operativiza en acciones, expresiones y gestos que tienen un efecto emocional premeditado sobre ellos. Ser diseñadores de experiencias implica utilizar las expresiones emocionales para focalizarse en ciertos tipos de espectáculos o relaciones para los usuarios, tomando como base su conocimiento sobre estos y lo que perciben que funciona para disparar el consumo del cliente cuando están en la sala. Esto a su vez requiere que se pueda ser buen intérprete de los deseos del usuario, y que también se puedan seleccionar las expresiones emocionales más efectivas para direccionar y estimular tales deseos.

Por ejemplo, hacia los usuarios novios se debe responder de una forma que resulta muy específica, y que está especialmente dirigida a crear para ellos la experiencia de una relación sentimental simulada. Si una modelo detecta que un cliente es potencialmente un usuario novio, todas las expresiones emocionales están dirigidas a demostrarle que éste puede obtener en ella atención y manifestaciones cariñosas, así que le expresa interés por su vida, por su bienestar y disposición a entablar conversaciones para conocerlo. De esta manera se lo puede atraer y convertirlo en un usuario habitual.

Eso depende de lo que busque el cliente, lo que le guste, pero uno se acomoda a todo tipo de personas. Si yo veo que es un cliente amoroso obviamente no voy a tratar de comportarme o de hacer cosas sexuales. Llamar la atención en otras cosas, eso es lo que trato de hacer. Simplemente de preocuparme más por él, de preocuparme por su vida personal, de cómo fue su día en el trabajo, si me dice que estaba enfermo, preguntarle cómo está, cómo se siente, que ha tomado, es tratar de entablar una conversación común y

corriente como la puedes tener con tu pareja en esos momentos, solamente que se hace a través de una pantalla (Melissa).

Esto implica también que las modelos pueden escoger qué experiencias promover de acuerdo con sus propias posibilidades, de forma que, en términos de diseño de experiencias, pueden tener una comprensión totalmente distinta sobre el relacionamiento con los usuarios. Por ejemplo, modelos que no saben inglés y que, por lo tanto, no pueden comunicarse con usuarios novios o usuarios fetichistas de forma adecuada, pueden optar por enfocar su sala a los usuarios genéricos, es decir, aquellos que sólo buscan descargas sexuales rápidas y espectáculos de masturbación, para lo cual seleccionan expresiones que, en vez de atención o interés por la vida del usuario, sugieren una constante disposición a actos sexuales. Teniendo esto en cuenta, hay modelos que conforman una sala exclusivamente dirigida a ofrecer experiencias relacionales más erótico-sexuales y, como consecuencia, atraen a usuarios más interesados en ello.

Tengo una modelo que en este momento se está produciendo novecientos, ochocientos. Pues, no se produce demasiado, pero si produce ochocientos, novecientos mil pesos quincenales. Pues, es mucho y nada, pues, a comparación de lo que se ganaba antes. Esa modelo no tiene pío de inglés. No sabe nada de inglés y esa modelo no es una persona que sea muy empática con la gente. No tiene empatía. Ella va a lo que va. Y gana ese dinero (Caroline).

De esto, se puede inferir que la forma como los modelos se presentan en su sala, para los participantes, se percibe como un conjunto de elecciones y recursos habituales que direccionan y satisfacen las demandas de los usuarios hacia una dirección deseada. Así, entre una multiplicidad de posibles conjuntos de expresiones emocionales, un o una modelo puede elegir presentarse de una forma sexualizada o no, para atraer a usuarios genéricos o usuarios novios.

La capacidad de elección inherente al ser diseñadores de experiencias relacionales, y la autonomía con la que pueden y deben armar su propia sala también hace que los trabajadores y trabajadoras webcam valoren ampliamente la singularidad de las decisiones que toman. Las salas de las modelos son distintas entre sí, las audiencias se comportan de forma distinta de acuerdo con los efectos premeditados o no que se tienen sobre los usuarios. Crear una buena sala o enfocarse

en un tipo concreto de experiencias relacionales es un proceso que toma tiempo y planificación, en el que hay una tensión entre aquello que funciona mejor y aquello que produce comodidad y placer.

Es que lo que pasa es que yo tengo un modelo de trabajo diferente, entonces ella quería trabajar como yo. Y no a todo el mundo le funciona (Ana María)

Sentada en cámara y ya (Caroline)

Hay nenas que les funciona quedarse quietas, hay nenas que les funciona pararse, bailar, hacer de todo. Digamos, a las que se quedan quietas, bailan y todo eso, [los usuarios] se van o están acostumbrados a cierta cosa, entonces no les va bien haciéndolo. O sea, todo mundo tiene su método de trabajo y ella quería estar, hacer lo que yo hacía y, no se puede porque uno no va a trabajar igual (Ana María).

Si bien al inicio algunas modelos intentan mimetizar los diseños de experiencias relacionales que ven en otras modelos, el proceso de construcción de la sala se entiende como un proceso individual y poco predecible que está marcado por la suerte, por lo que perciben como preferencias de los usuarios y por el ensayo y el error. Es decir, aunque haya una preferencia personal (por ejemplo, sólo estar sentada y conversar con los usuarios), si dicha decisión no demuestra que funciona se entiende que debe ser cambiada por otra más efectiva incentivar el consumo del público que frecuenta su sala. Por lo tanto, los participantes valoran la exploración constante, la búsqueda permanente de métodos propios que funcionen para su propia sala, a partir de la evidencia de que un mismo diseño de experiencias puede funcionar para una modelo, pero no para otra.

Ella cuando llegó al estudio, ella “no, yo ya tengo experiencia, yo voy a lo que voy”. Y todavía está aprendiendo cosas y todavía a veces se da cuenta que hasta de mí ha aprendido. Y muchas veces hay cosas que le funcionan a ella y cosas que me funcionan a mí, y cosas que no le pueden funcionar, pero que ella puede intentarlo para ver si le pueden ayudar o no (Caroline).

Yo llevo año y medio trabajando en esto y todavía sigo aprendiendo muchas cosas todos los días (Ana María).

Uno nunca termina de aprender (Caroline).

En cierto sentido, lo anterior sugiere que, aparte de la elaboración de respuestas en los escenarios emocionales, el diseño de experiencias implica otro tipo de trabajo sobre sí mismo guiado por la búsqueda de originalidad y singularidad. Si bien elaborar respuestas emocionales es normalmente visto como algo enseñable y compartido, convertirse en diseñador de experiencias relacionales implica la búsqueda de métodos únicos que diferencien al modelo de otros, por lo que copiar o mimetizar no sólo es mal visto sino que no se considera efectivo en términos de aprovechamiento del mercado. Por lo tanto, podría proponerse la idea de que hay un imperativo mercantilizado y latente hacia ser original. Esto es posiblemente alimentado por la creencia de que cada modelo debe establecer sus propios métodos y establecer sus propios criterios para tomar decisiones sobre la experiencia ofrecida en la sala, de acuerdo con lo que prefiera o sea capaz de hacer, pero más que nada, de acuerdo con lo que haya demostrado efectividad en el pasado, tratando en lo posible de conciliar ambas finalidades. Aunque hay un intento de basarse en la interpretación de los deseos de los usuarios para facilitar la toma de decisiones sobre qué hacer para dar respuesta a sus demandas de experiencias y capitalizarlas mejor, los participantes consideran que es imprescindible la experimentación continua, ensayar, errar y volver a aprender de manera constante. De ahí que el diseño de experiencias se comprenda como una actividad inacabada en constante desarrollo, pero siempre desarrollada de manera individual, única e irrepetible. De esta manera, este proceso no corresponde únicamente a un proceder estratégico para sacar el mayor provecho posible al tiempo de trabajo, sino también a una expresión de individualidad, a una búsqueda de vivenciar el modelaje webcam como una actividad placentera compartida con usuarios que no sólo le sirven económicamente, sino que también le producen agrado. La sala es un espacio mercantilizado que, a la manera de un establecimiento comercial dirigido a un público seleccionado, se despliega una articulación única e irrepetible de recursos, decisiones y expresiones que constituyen las experiencias que el trabajador o trabajadora ha diseñado a lo largo de su trayectoria y aprendizaje personal como modelo webcam.

#### ***5.1.4. Discusión***

El abordaje de las emociones en el modelaje webcam permite ampliar la hipótesis de la mercantilización de las emociones en el neoliberalismo, el cual es el proceso mediante el cual se

commodifican ciertas experiencias emocionales y se establecen modos de producción e industrias enteras basadas en el comercio de estas (Illouz, 2019a). Illouz llama “emociones relacionales” a aquellas experiencias mercantilizadas que el consumidor busca porque estimulan los sentimientos de afiliación social. Con el concepto de diseño de la experiencia relacional buscamos acentuar que el modelaje webcam implica la producción constante de un emodity, de una experiencia que es pensada y elaborada por un trabajador que evalúa al consumidor, le otorga una dimensión psicológica, y acomoda sus recursos y posibilidades de manera estratégica, y cuyo proceso de diseño está profundamente centrado en provocar unas experiencias emocionales basadas en una estimación de sus necesidades.

Si tomamos como referencia los usuarios novios, los emodities que produce una modelo webcam pueden fácilmente hacer parte de las industrias dirigidas a estimular las emociones relacionales, y es indisociable de la construcción del amor romántico en la modernidad, del imaginario amoroso hegemónico. Tiene muchos de sus elementos centrales como la práctica de seducción, de formación de intimidad, de tiempo compartido en compañía y dedicado al consumo (citas) y el desempeño hedónico de la sexualidad (Illouz, 2009). Sin embargo, la experiencia ofrecida también ofrece a los usuarios la posibilidad de acceder a esta experiencia de una forma simulada, mercantilizada, siempre a su servicio, sin requerir el desempeño de otras normativas sociales asociadas al amor romántico moderno como el compromiso o el trabajo conjunto sobre una idea de relación. En este sentido, el modelaje webcam es un trabajo sexual si se entiende este como una actividad dedicada a la producción del sexo y del afecto y su mercantilización (Hurtado Saa, 2018; Orduz-Ramos, 2017).

Pero ya profundizando sobre la propia experiencia de las emociones en modelos webcam, esta es una modalidad de trabajo en la cual producir esas “emociones relacionales” implica un trabajo sobre sí, que se puede profundizar a través del concepto de trabajo emocional (Gracia et al., 2014; Hochschild, 2008a), el cual permite entender cómo afecta al trabajador individual el proceso global de commodificación de las emociones en la producción capitalista.

Como se mencionó anteriormente, el trabajo emocional es un concepto sobre el cual se ha realizado un trabajo conceptual intenso durante las dos últimas décadas, en las que predomina la perspectiva de la autorregulación en contextos organizacionales (Grandey & Melloy, 2017; Grandey & Sayre, 2019; Zapf, 2002). Tomemos entonces los tres elementos básicos del concepto



original: la situación de interacción social, la norma emocional de esta, y la administración de las emociones.

A) En primer lugar, se encuentra la situación de interacción social (Hochschild, 2008a). No hay que olvidar que el concepto de trabajo emocional se origina desde el interaccionismo simbólico, y desde esta perspectiva, la/el modelo webcam al asumir este oficio se introduce en una situación de interacción simbólica que se desarrolla mayormente a través de una plataforma digital. En ella aún no tiene claridad sobre los roles posibles y sobre cuáles son las expectativas sobre su comportamiento, sobre cómo quiere o debe mostrarse ante los otros y sobre cómo sentirse. El entorno virtual en que esto sucede es denominado sala, se basa en interacciones vía chat y vídeo primordialmente sexuales, lo que le sugiere inicialmente que es un entorno orientado al intercambio sexoafectivo, y que su rol es satisfacer fantasías sexuales.

A medida que se producen interacciones reiteradas en el desempeño cotidiano de la ocupación va adquiriendo una comprensión de este entorno y de sus reglas y posibilidades, mostrando que su rol tiene una cierta amplitud, no tiene que ser únicamente sexual, y tiene cierta capacidad de decisión para escoger sus preferencias en cómo desempeñarlo. El concepto de sala muestra que, como modelo webcam, no se cumple un pasivo frente a cómo se configura esta situación, por el contrario, va adoptando un papel directivo-orientador como el de un anfitrión, a través del cual puede seleccionar a los usuarios, conocer e incluso sugestionar lo que estos desean. Esto es importante, en la medida en que la tendencia actual de estudio del trabajo emocional enfatiza en demasía en cómo los individuos se ciñen a las normas del entorno trabajo de manera unilateral (Gracia et al., 2014; Grandey & Melloy, 2017; Grandey & Sayre, 2019). Por el contrario, la autonomía existente en el trabajo de modelos webcam muestra que hay intentos constantes por parte de modelos webcam por modificar esta situación de interacción simbólica.

B) En segundo lugar, se encuentran las normas. Los roles que los individuos ocupan en las situaciones de interacción social están asociadas a expectativas de comportamiento dentro de las cuales algunas son sobre las emociones que debería sentir o, por lo menos, expresar (Hochschild, 2008a). Independientemente de los resultados del individuo por operar cambios y preferencias sobre la situación de interacción social, hay una norma de expresión (display rule) que subyace a todas las formas en que desempeñe su rol: la de mostrar que se disfruta de la interacción con el usuario.

Hochschild (2008a), siguiendo la tendencia interaccionista en sociología de las emociones (Bericat, 2000; Kemper, 1978) señala que la mayoría de las normas de expresión y sentimiento son tácitas, el individuo no las conoce, no se le expresan explícitamente, sino que debe hacer un procedimiento simbólico de interpretación por medio del cual las imagina, y, en este caso, la variabilidad de la norma está dada por cómo las y los modelos intentan establecer una regularidad para comprender a los usuarios desde una dimensión psicologizada, desde un conjunto de creencias que elaboran sobre las características de los usuarios y su mundo interior que apelan a la influencia cultural de las psicociencias (Bedoya-Hernández, 2018) y las psicoindustrias (Cabanas & Illouz, 2019; Illouz, 2019a). Una explicación de la conducta cotidiana del otro a partir de nociones psicológicas (con expresiones como traumas, problemas psicológicos, fetiches), y de una idea de cumplir un rol compensatorio de tales condiciones. Este carácter imaginado se acentúa por la relativa anonimidad del usuario. A esto se añade una idea sobre lo que sirve y lo que no, lo que les impulsa a consumir, a entrar a la sala y gastar y qué no. Y esto desemboca en una valoración de cuáles son las emociones propias útiles en cada caso y cuáles no lo son.

Con el concepto de escenarios emocionales quisimos mostrar de qué manera la variabilidad individual de los usuarios genera a su vez, variabilidades en la norma imaginada. Por lo tanto, desde la lógica de la norma, los escenarios emocionales son la construcción simbólica de qué variación de la norma emocional aplica de acuerdo con cómo se imagine e interprete al usuario, su naturaleza psicológica y sus necesidades. Entonces para la lógica de los participantes, los usuarios novios requieren disposición a ser empáticos, a interesarse por ellos, a ser novias para ellos, porque son habitantes solitarios de países desarrollados que tienen dificultades para socializar. Los usuarios fetichistas buscan modelos que disfruten con sus preferencias poco usuales, porque tienen problemas psicológicos o traumas, y los usuarios genéricos buscan una mera disposición a realizar actos sexuales, aunque sobre estos los participantes no profundizan.

Pero más allá de esta norma de expresión, hay una preocupación por mantener un estado que no sólo sea favorable para las necesidades del usuario, sino que permita a la modelo o al modelo poder hacer frente a las exigencias del trabajo y derivar una experiencia placentera. Los hallazgos muestran que, efectivamente, la interacción con ciertos usuarios puede ser visto como algo riesgoso y se problematiza el proteger la integridad del estado mental propio, darle manejo a “aquello que puede ser tóxico para la modelo”, adoptando la expresión de Sara. En cierta medida, Angela Jones (2020) indaga hasta qué punto el placer mostrado por la modelo tanto en los aspectos sexuales

como relacionales de la ocupación puede considerarse no un placer exhibido únicamente, sino un placer real. Con el concepto de autenticidad corporeizada (*embodied authenticity*), la autora argumenta cómo los modelos consideran que el usuario busca interacciones significativas no que parezcan reales, sino que lo sean: orgasmos reales, real preocupación, intimidad y amistad, tener conversaciones íntimas donde modelo y usuario comparten anécdotas y sentimientos reales. Esto es consistente con los hallazgos de Weiss (2018) y Bleakley (2014), en los cuales se encuentra que en el modelaje webcam se busca producir una sensación de intimidad a través de disminuir el “profesionalismo”, caracterizado por distancia y reserva sobre la vida personal, para compartir información de sí al cliente y hacerle sentir que es correspondido y apoyado emocionalmente. Esto en el estudio del resto del trabajo sexual es muy consistente, es altamente valorado por el usuario masculino, y se denomina “girlfriend experience” (trato de novia) (Bernstein, 2007; Huff, 2011; Hurtado Saa, 2018).

Esto también se relaciona con el tipo de sala que decida crear el o la modelo. Hay modelos que no pueden ofrecer autenticidad corporeizada o girlfriend experience, ya sea por sus dificultades para hablar el idioma de los clientes, porque no están dispuestos al costo emocional de estas interacciones, o simplemente porque no lo consideran interesante. Pero, además, la norma de expresión también interioriza una norma de sentimiento (“feeling rule”): hay una asunción tácita de que el trabajo debe ser una experiencia agradable para la modelo, de que se debe derivar placer de él o cuanto menos, evitar los impactos negativos del displacer. Esto, hasta cierto punto, guía las elecciones sobre el tipo de experiencia que se intenta diseñar para el usuario. Hay una negociación constante entre lo que es cómodo para sí mismo y lo que podría funcionar para estimular el consumo del cliente.

En muchas situaciones de interacción social, el no cumplimiento de la norma está asociado a consecuencias indeseables que los individuos intentan evitar. Tanto para la norma de expresión como la norma de sentimiento, el temor compartido es el mismo: si no se cumple con esta, los usuarios no entran, no se conectan a nivel íntimo, no consumen y el o la modelo no gana dinero, no se es competitivo. El ganar dinero es una motivación fundamental dentro del desempeño del trabajo webcam, y el no ser rentable es temido como la consecuencia de no apearse a la normatividad emotiva que atribuyen al mercado. Esto también es abordado en el modelaje webcam desde el trabajo de Van Doorn y Velthuis (2018) quienes consideran que transmitir en una plataforma webcam lleva a participar de un orden moral compartido que insta a priorizar todos

aquellos comportamientos y estrategias que incrementen la competitividad individual para hacer frente a la incertidumbre de este entorno concreto pero, de la misma manera, este orden moral no es impuesto ni explícito, sino que es imaginado y creado por la comunidad de modelos a partir de los resultados que obtienen y de la forma en que las plataformas configuran unilateral y silenciosamente las condiciones de la competición.

La hipótesis de Illouz (2019a) sobre la mercantilización de las emociones se puede ampliar considerando que el trabajador emocional establece imaginariamente una norma para la gestión de sus propias emociones interiorizando una lógica mercantilizada que evalúa los resultados en expresión y sentimiento con base en su competitividad en un mercado concreto. En el modelaje webcam, esta norma está encarnada por el usuario, pero en otras ocupaciones está basada en la expectativa del cliente (Gracia et al., 2014). La lógica de acumulación, eficiencia y rentabilidad se convierten en las bases culturales de la norma emocional de las situaciones concretas interacción social en los trabajos emocionales.

De la misma manera en que en capitalismo global hay una emocionalización de las relaciones económicas, en la experiencia del trabajador hay una economización de la experiencia emocional.

C) En tercer lugar, la administración de las emociones. Habiendo aclarado el papel de la situación de interacción y de las normas de expresión y sentimiento, es necesario considerar las formas concretas en que se interviene sobre la propia experiencia emocional. Aquí, se detectan a su vez otros tres elementos básicos: la consciencia de las emociones, la actuación superficial y profunda, y las estrategias cognitivas, somáticas o expresivas (Hochschild, 2008a).

Pensemos en términos de actuación superficial, como la modificación de las expresiones, y la actuación profunda como la acción sobre lo efectivamente sentido. Evidentemente, la primera experiencia emocional de los participantes ha sido experimentar nervios y desorientación, pero los primeros recursos utilizados son ocultar las emociones, es decir, actuación superficial. No mostrar al usuario que se está nervioso/a o triste/a dado que la norma implícita es mostrar algo agradable para él. Aquí, se puede incluir la respuesta elaborada de desarrollar confianza, es decir, utilizar el lenguaje corporal para demostrarle al usuario una actitud enérgica y afable, aun cuando la experiencia de miedo y desorientación permanezca.

Aquí es importante agregar un tipo de estrategia de actuación superficial permitida por la naturaleza de la interacción digital: retirarse parcialmente de la situación de interacción. Es decir,

evitar activamente una parte no controlable de la interacción social, pero haciendo que el usuario conserve la ilusión de que se responde a sus demandas. En los usuarios novios, las modelos entrevistadas señalaron que establecen barreras entre su vida personal y la interacción con ellos, les establecen límites que disminuyan su exposición al usuario y la exigencia derivada de esto.

Sin embargo, la forma de trabajo emocional más presente en las narrativas es la actuación profunda, es decir, las formas cognitivas, somáticas y expresivas de cumplir la norma emocional. Aquí, hay dos respuestas particulares: dar manejo a la sala escogiendo a los usuarios que generan para la/el modelo experiencias agradables y que se alinean a sus preferencias personales y expectativas económicas, usuarios que son amables y que consumen, de manera que manipulan activamente la situación de interacción para lograr una sensación de disfrute. Este es, a su vez, el argumento que utiliza Jones (2016, 2018): la posibilidad de descartar usuarios que no le agradan es fundamental para que la modelo pueda convertir una experiencia emocionalmente demandante en una placentera. Pero incluso, los estudios recientes sobre trabajo emocional en otras ocupaciones (en particular, maestros) sugieren que, pudiendo responder a las situaciones con actuación superficial o profunda, emplear la primera correlaciona con la ocurrencia de agotamiento, o síndrome de burnout (Kariou et al., 2021), la segunda está relacionada con una mayor satisfacción frente al trabajo así como mejores resultados (Delpechitre & Beeler, 2018).

Con los usuarios novios y los usuarios fetichistas, se produce también un trabajo de actuación profunda específico para estos dos tipos de usuarios. Estas respuestas no se producen de un momento a otro, sino que requieren una exposición constante al trabajo para poder utilizarlas. Para los usuarios novios, la respuesta de las modelos es desarrollar “paciencia”, es decir, mitigar las respuestas de enojo y de fastidio que pueden producirles sus constantes demandas afectivas, para poder cumplir el rol de novia. Hacia los usuarios fetichistas hay dos respuestas elaboradas, desarrollar “mente abierta”, es decir, pasar de sentir extrañeza y rechazo hacia prácticas sexuales sugeridas hacia disfrutarlas; y “hacerse fuerte”, es decir, suprimir la experiencia de asco o desaprobación. Esto implica que hay un proceso no sólo de construcción sino de elección de la experiencia emocional menos discordante posible con la situación de interacción social.

Se genera un saber sobre el usuario para identificar qué estrategia es más apropiada para usar. En este aspecto, en el de tipificar a los usuarios y elegir respuestas, uno de los empleos estudiados con el concepto de trabajo emocional más semejante al de modelos webcam es el de los vendedores: En este identifican qué estrategias de actuación superficial y profunda generan

distintos efectos sobre los posibles compradores, de acuerdo con una evaluación de las emociones y deseos de estos últimos. A su vez, entre la misma comunidad de vendedores es más valorado que el trabajador se comporte de forma auténtica (actuación profunda) que fingir frente al cliente (actuación superficial), en la medida en que esto es visto como lo que mejores resultados económicos y relacionales provee (Delpechitre & Beeler, 2018). Igualmente, el rol directivo de las y los modelos webcam sobre la sala muestra que las estrategias de actuación profunda y superficial también son dirigidas instrumentalmente a incentivar e inhibir comportamientos de los usuarios. Esto, aparte, reivindica algo descubierto hace mucho por Wright Mills (1951): el ocupar puestos de venta está acompañado del desarrollo de un conocimiento sobre la interioridad de otros seres humanos, de los cuales el trabajador se enorgullece al procurarle resultados deseables en el trabajo.

Para puntualizar, es importante resaltar que las respuestas elaboradas tienen un carácter procesual. La perspectiva organizacional, como lo establecen Gracia et al (2014) está profundamente dirigida al estudio del trabajo emocional como un fenómeno individual, por lo que entienden la actuación profunda y superficial como procesos de autorregulación y supresión, vistos no en términos de la particularidad de las estrategias sino de la intensidad y frecuencia con que se utilizan, atribuyéndoles una naturaleza más activa que reactiva.

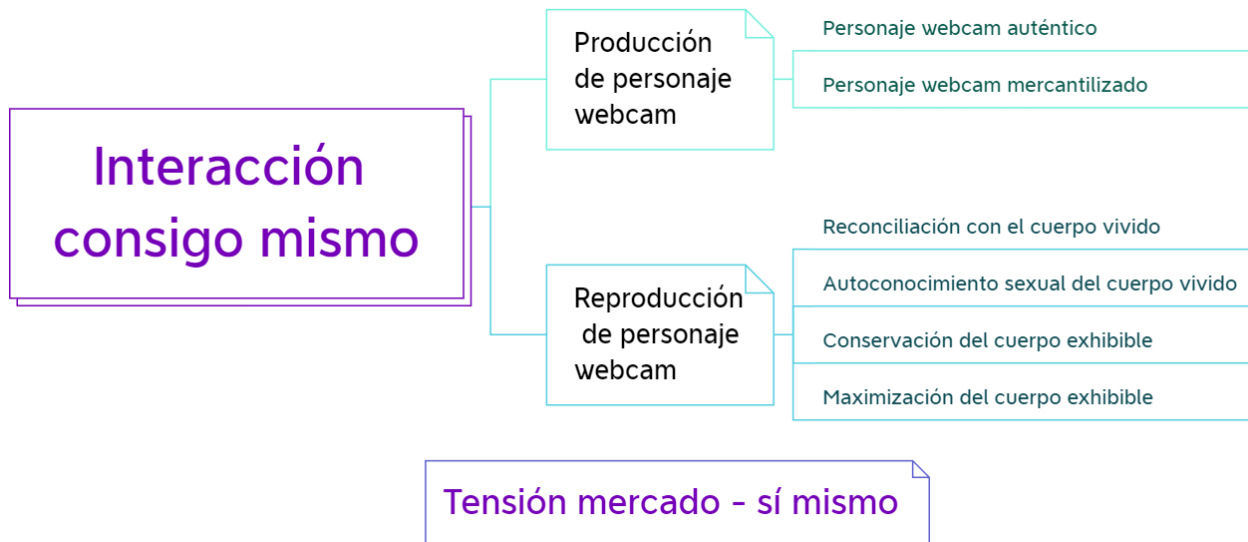
Pero los hallazgos sugieren que el trabajo emocional no consiste sólo en autorregular la respuesta emocional y expresiva en la situación inmediata. Ya Hochschild (1983) había descubierto que los empleos que requieren actuación profunda hacen que los individuos tiendan también a desempeñar esta modalidad de elaboración de las emociones en sus relaciones interpersonales cotidianas, afirman que incluso transfieren estas estrategias a la vida cotidiana y sus relaciones cercanas de manera natural. Es decir, las estrategias aprendidas se incorporan a la experiencia emocional fuera del trabajo. Las situaciones son repetitivas, implica la reestructuración consciente de respuestas ya existentes por otras más favorables. Incluso, el acento puesto en expresiones existentes en la cultura para dirigir la construcción de estas nuevas respuestas (“mente abierta”, “paciencia”, “fuerte”) sugiere que el lenguaje tiene un papel importante en direccionar el rumbo de las experiencias emocionales (Feldman-Barrett, 2017). Son construidas en la medida en que hay un esfuerzo permanente sobre la propia persona por transformar las respuestas emocionales por otras más favorables tanto para el cumplimiento de la norma implícita del mercado como para el bienestar propio.

## **5.2. Interacción consigo mismos: personaje y cuerpo.**

Esta categoría se propone para comprender significados que surgen de la interacción simbólica que ejercen los sujetos frente a sí mismos como resultado de adoptar el rol de modelo webcam. Por un lado, traigamos a colación el concepto de sala: un espacio virtual que le permite al modelo tomar decisiones sobre qué clase de experiencias crear para los usuarios de acuerdo con lo que parece exitoso para promover el consumo o de acuerdo con sus propias capacidades y preferencias. Por otro lado, el trabajo emocional, se produce en función de una norma de expresión y de sentimiento con que lleva a la actuación superficial y profunda: mostrar disfrute, aunque no se experimente, o experimentar disfrute real.

Tanto el diseño de la sala como la gestión de las emociones están atravesados por un conflicto entre lo que consideran como una exigencia del mercado (encarnada en los deseos del usuario) y sus preferencias (como expresión de su individualidad). Lo que queremos acentuar con esta categoría es la manera particular en que la tensión mercado-sí mismo se expresa sobre las formas particulares en las que los participantes se relacionan consigo mismos, focalizando esta relación sobre la experiencia del propio cuerpo y su imagen. Involucra tanto el cuerpo exhibido como el cuerpo vivido:

- a) La producción de un personaje, un alter ego que los representa en la sala y que expresan a través de la articulación entre la sala y el cuerpo.
- b) La adopción de prácticas nuevas para relacionarse con su propio cuerpo, impulsadas por la conservación de su idoneidad física para desempeñar el trabajo. Esto es, la reproducción del personaje.

**Figura 7***Sistema de subcategorías de Interacción consigo mismo***5.2.1. El producto eres tú mismo: producción del personaje**

Con el concepto de “tensión mercado – sí mismo” buscamos poner un acento sobre una serie de significados que surgen en torno a la forma en que el cuerpo se dispone y se presenta para desempeñar su rol en la sala, en el marco del conflicto entre dos normas: a) lo que la/el trabajador webcam cree que es necesario para capitalizar al máximo cada momento que está en transmisión; y b) lo que le hace sentir cómoda/o, las apariencias que desea explorar o con las que se identifica. Esto se denominará “producción de personaje webcam”. La producción del personaje webcam se pone en juego frente a la pantalla, protagoniza la sala.

La producción de personaje webcam inicia en el momento en que una/un modelo es consciente de la importancia de la apariencia sobre los resultados en el trabajo. Presuntamente, esto podría deberse a su exposición a su propia imagen (pues siempre hay una cámara apuntando hacia sí, y una ventana que muestra lo que dicha cámara está registrando) y a un aprendizaje sobre los efectos que tiene sobre la audiencia y sobre el consumo. De ahí en adelante, los participantes empiezan a tomar decisiones sobre cómo sería para ellos más provechoso económicamente o más divertido y cómodo aparecer en la pantalla. De la misma manera en que, en la categoría de las emociones, el diseño de las experiencias relacionales depende de lo que la/el modelo evalúe como



sus propias capacidades y preferencias, también aquí se busca una adecuación a sí mismo. Pero también hay una diferencia considerable entre estos dos conceptos.

Así, diseño de la experiencia relacional está dirigida a la experiencia en la interacción uno a uno, mientras que la producción del personaje está dirigida a encarnar las fantasías y llamar la atención de una audiencia. Es decir, la operacionalización emociones–usuario es análoga a personaje-audiencia. Esto se expresa a través de una selección estratégica de elementos visuales-semióticos y la acentuación de partes de su cuerpo y de su personalidad, en la medida en que los consideren necesarios para beneficiarse de la demanda, y en que se sientan cómodos con ello. Sara, quien durante la entrevista hace cierto énfasis en la incomodidad que le produce el maquillaje, menciona que:

Es muy importante la apariencia, entonces, uno va viendo que el mundo superficial también es complicado. Yo, una chica con cabello corto, de bubis pequeñas, en cámara me veo muy andrógina. Entonces, yo he utilizado la androginia a mi favor, porque a mí no me gusta parecer una nena delicada en cámara. Entonces, depende mucho de la personalidad, depende de cómo es uno, cómo se quiere ver, cómo se quiere mostrar ante ellos, uno empieza a adoptar ciertas características físicas. El hecho de que yo tengo un cabello corto y no largo, el hecho de que me maquille o no, el hecho de cómo me vista (Sara).

De esta manera, la producción del personaje webcam es un proceso estratégico, es pensado y planificado, es producto de una evaluación. En vista de que los modelos encuentran salidas distintas a esta tensión, podemos identificar dos extremos entre los cuales puede haber un amplio rango de posibilidades. Estos son, producir un personaje webcam “totalmente auténtico”, o producir uno “totalmente mercantilizado”.

De la misma manera que sucede con las emociones, que pese a su proceso de mercantilización a través del trabajo emocional y la producción de emodities, se pueden presentar casos en que no se necesite realizar ningún esfuerzo de autorregulación, de esa misma manera sujetar la producción del personaje al mercado puede no suponer ninguna incongruencia entre lo que la/el modelo identifica con sus preferencias personales y lo que lee como expectativas de los usuarios y del mercado. Esto depende mucho del éxito que perciban acerca de las elecciones que han hecho sobre cómo mostrarse. De la misma manera en que las respuestas emocionales se

evalúan de acuerdo con su efectividad para inducir el consumo, las elecciones de personaje webcam se evalúan con el mismo criterio. Hay modelos que expresan que pueden “ser ellos mismos” en su sala, mientras que otros expresan que deben ser “completamente diferentes de ellos mismos” para ganar dinero. Comparemos las experiencias de Caroline y Sara:

Todas las modelos son completamente diferentes. Tienen una suerte diferente, un método de trabajo diferente, un cuerpo diferente, una personalidad diferente. (...) Ellos se enamoran es de lo que tú les transmites, y yo soy una. Hay mucha gente que finge y finge “no es que yo soy muy cariñosa o soy muy mala clase” a hombres que les gusta que sean super mala clase, así que sean malas malas, pero yo soy, yo ahí expreso lo que soy (Caroline).

Esa incomodidad de “yo no soy así, yo no soy así pero me tengo que mostrar así” y, es eso. No sé. Las máscaras. Una máscara más que todo (Sara)

Cuando Caroline dice “expreso lo que soy”, significa que considera que es ella misma frente a la cámara, que no tiene que adoptar elementos cosméticos y visuales distintos a los que usa por propio gusto. Para Sara, por el contrario, hay más semejanza con el usar una máscara. Reitera a menudo que odia los maquillajes, pero su personaje elaborado requiere maquillaje. Aquí, entonces, podemos hablar de una producción de personaje más cercana a lo auténtico en Caroline, y en Sara más cercano a lo mercantilizado. Sin embargo, también debemos especificar que estas separaciones distan de ser tajantes, y la distancia entre los dos extremos está marcada por una escala de grises.

En algunos casos, hay unas ciertas preferencias de usuarios identificadas por los modelos, que hablan de una demanda permanente de un cierto tipo de apariencias y experiencias. La forma como Melissa utiliza la palabra “perfiles” sugiere que hay unas ciertas fórmulas de éxito en el modelaje webcam que se pueden implementar de acuerdo con la apariencia física.

Perfiles, el perfil de cada mujer porque mujeres que, por ejemplo, se ven muy angelicales [...]. Pero si se quieren tratar de ver más sexuales no funciona. Entonces es aprender a manejar perfil, es que cada quien tiene y aprender a identificar tú como te sientes bien. Realmente tú qué es lo que quieres mostrar [...]. En mi caso, mi perfil es muy sexual, en mi caso, aunque trato de ser muy angelical, no ha atraído mucho a los clientes sexuales (Melissa).

Pero también hay una creencia más o menos compartida, como muestra este fragmento, de que priorizar en el extremo mercantil de la producción del personaje no es una garantía de éxito, ya que si el modelo no se siente bien no va a poder llamar la atención de los usuarios. Pero al mismo tiempo, la construcción del personaje es un asunto privado, es único, pese a la adopción de posibles fórmulas, entre modelos es muy valorada la originalidad y carácter único del conjunto de decisiones visuales y semióticas que integran al personaje.

Es decir, una construcción de personaje auténtico está asociada con el éxito como modelo webcam, lo que, en cierta medida, deja entrever como reverso que construir uno totalmente mercantilizado no es visto como una opción útil, no produce uno de los efectos más buscados que es cautivar y conservar al usuario. Esto indica que la idea de autenticidad, el ser sí mismo, el ser “fiel” a una estética y cosmética del sí mismo aparece como una noción normativa latente que es tomada en cuenta en las decisiones que implica el producir el personaje. Y, sobre todo, es el mercado imaginado, las expectativas imaginadas del usuario y de la audiencia, los resultados obtenidos en la experiencia individual, las que mantienen esta creencia como algo coherente. En otras palabras, se busca “ser uno mismo” cuanto menos parcialmente como una forma de mantenerse competitivo en la economía de mercado. Lo que se ofrece como bien simbólico en el intercambio mercantil no es el personaje manufacturado, sino el propio sí mismo: “Como trabajar por comisión o vendiendo un producto porque el producto eres tú mismo, entonces, tú eres el único encargado de ofrecer tu producto de la manera que quieres” (Sara).

Con esto, podemos sostener que la tensión mercado – sí mismo, es una tensión ilusoria, porque a nivel normativo todo indica que se debe avanzar en la exploración de sí, que por la fuerza de innovación se convierte en construcción de sí sujeta al mercado imaginado. El mercado webcam estimula activamente la construcción de la idea de autenticidad para los participantes, que se manifiesta simbólicamente en la construcción del personaje.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, cabe resaltar que la producción del personaje es un proceso permanente. Dado que la demanda de los usuarios es cambiante, la producción del personaje no es estática sino dinámica, no se puede detener debido al temor internalizado de que la audiencia pueda aburrirse y escoger a otro modelo en su lugar. De esta manera, esta producción del personaje auténtico se hace performativa a través del ejercicio constante de innovación, de explorar los propios gustos y afinidades para incorporar en el show. Se requiere la apertura a probar

nuevos elementos visuales, lo que crea una preocupación constante por explorar nuevos tipos de shows en una dinámica permanente de innovación. Esta es la preocupación latente que expresa Charles:

Es que uno no puede hacer siempre lo mismo, entonces me toca, algún día ponerme la chaqueta de cuero, me gusta mucho. Yo soy bisexual, pero gusta mucho que haga shows heterosexuales en especial, no sé por qué, gusta cuando hago más shows heterosexuales, entonces ponerme la chaqueta de cuero y un cigarrillo en la boca o a veces me echo, me gusta mucho echarme aceite, tener que echarme aceite. Así hago shows diferentes todos los días, otro día me puedo poner el kit de sado, entonces me pongo mancuernas como me pongo acá, no sé, puedo llevar el látigo, me puedo poner el traje, hay veces me pongo el traje (Charles).

En síntesis, lo visual de la interacción webcam no sólo se fundamenta en adquirir cierta conciencia de cómo son vistas sus expresiones emocionales y de los efectos sobre los usuarios, sino también de cómo es visto su cuerpo. Esto significa que las escogencias de elementos visuales (maquillaje, lencerías, ropa, juguetes, decoración, entre otros), están ligadas al interés de mostrarse corporalmente de la forma más cautivadora posible, y de desarrollar una forma única de presentación de la persona.

### ***5.2.2. Empecé a quererme, empecé a conocerme: reproducción del personaje***

Con el concepto de reproducción del personaje, denominamos a una práctica compuesta de diferentes y muy diversas actividades que sostienen la producción del personaje en el tiempo, y que están dirigidas hacia el propio cuerpo de la/el modelo. Son actividades que se convierten en parte del día a día y constituyen una transformación en la forma en que el cuerpo es vivido. Si la producción del personaje se basa en qué es lo mostrado, la reproducción del personaje es el repertorio de actividades y rutinas que responden a la pregunta de cómo mantener deseable e íntegro lo mostrado. Estas son actividades realizadas sobre el cuerpo físico pero no sobre la vestimenta o sobre la forma de mostrarse, dado que esto concierne a la producción del personaje. Son formas directas de acción sobre la vivencia propia del cuerpo. La reproducción del personaje

webcam se pone a prueba en la extensa dimensión de la vida de las/los modelos que se desarrolla detrás de cámaras.

Ahora, de acuerdo con los relatos, las actividades se pueden clasificar en cuatro tipos: reconciliación con el cuerpo vivido, autoconocimiento sexual del cuerpo vivido, conservación del cuerpo exhibible y maximización del cuerpo exhibible. Los dos primeros tienen que ver con la relación del participante con la representación de su cuerpo a nivel privado, mientras que los otros dos se centran en la producción de la belleza. Sin embargo, todas las actividades inscritas en esta práctica, a diferencia de la producción del personaje, se manifiestan sobre todo fuera de la pantalla y, aunque son efecto de lo que sucede en el trabajo, se manifiestan con mayor notoriedad en entornos no relacionados con el tiempo y espacio dedicados a transmitir.

A) RECONCILIACIÓN CON EL CUERPO VIVIDO: Es frecuente que las personas que se inician en el modelaje webcam hayan sido socializadas culturalmente en expectativas idealizadas sobre el cuerpo, que determina cómo evalúan su propio aspecto corporal. Este criterio evaluativo, de acuerdo con los participantes, sufre cambios ostensibles. Por lo tanto, llamamos reconciliación con el cuerpo vivido a una internalización de significados producto de la interacción con el usuario que se manifiestan en la interacción consigo mismo y que tienen por objeto la percepción del propio cuerpo. Ana María, expresa que a través del trabajo webcam, ha adquirido una perspectiva diferente sobre su propia corporalidad, dado que encuentra aceptación en la respuesta del usuario de lo que antes era objeto de autocrítica.

Yo era muy delgada, que esto y que lo otro, y que no me gustaba ponerme chores, y que esto. Entonces cuando yo empecé a trabajar acá me empecé como a querer. ¿Por qué? Porque uno ve como que todo el mundo tiene diferentes gustos, diferentes perspectivas de las cosas, por ejemplo, ahí las mujeres delgadas son muy llamativas. Les gusta mucho. Como hay mujeres que son muy trozas y llaman mucho la atención. O sea, son gustos para todo, entonces yo empecé a decir “si todo el mundo tiene cierta aceptación, yo por qué no me acepto yo misma”. Y ya. Empecé a quererme (Ana María).

En los participantes, esta aceptación por parte de los usuarios fundamenta la creencia de que, independientemente de las características corporales de una persona, siempre se encontrará

una aceptación del cuerpo en la audiencia. Caroline relata cómo una de las modelos que recibió en un estudio que ella administra decía que no le gustaban las fotos ni tener fotos suyas en aplicaciones o en la red. Esto entrañaba un problema, dado que la página de una modelo se beneficia de subir fotos regularmente, pues los usuarios se ven atraídos por la novedad. Sin embargo, observó el siguiente cambio:

Se tomó una foto. Y estaba sonriendo. Se veía feliz. O sea, ella, ella es una niña de gafitas, ella camina encorvada, ella se le nota que tiene la autoestima muy bajita porque yo, en la inducción, yo le dije, “parece vos sos hermosísima” y ella, pues, ahí mismo se ponía, se achantaba. Y me sorprendió muchísimo que se tomó una foto, estaba sonriendo, estaba super bonita. Yo como “Ay, vea”. Te la puedo mostrar. O sea, me sentí tan contenta porque ella era una persona que no compartía mucho como esas cosas de fotos, si se tomaba fotos se las tomaba mitad de cara, no se tomaba la foto entera, o tapándose el pelo con la cara y, pues, mirá, o sea, un cambio total (Charles).

Primeramente, los participantes utilizan la palabra autoestima para designar a un sentido de bienestar obtenido por medio de la reconciliación con el cuerpo vivido. En segundo lugar, las relaciones interpersonales que se desarrollan en el estudio también pueden alentar esos procesos de aceptación, lo que enmarca que la producción de estas prácticas no es sólo individual, sino que se puede reforzar por su carácter colectivo entre modelos que comparten el entorno de trabajo. La aceptación y sus consecuencias son algo celebrado.

De otra parte, la reconciliación con el cuerpo vivido origina un posicionamiento distinto sobre las propias orientaciones y preferencias sexuales. Esto está enmarcado, a su vez, por el contraste de un sentido de restricción que perciben hacia ellas por parte de su entorno social. Al igual que la desaprobación hacia el cuerpo pasa a ser aceptación de éste, la censura de sus orientaciones sexuales también se traduce en la aceptación de estas: “También me ha ayudado mucho a lo mismo, aceptarme a mí mismo, me ha ayudado mucho en definir mi sexualidad, antes para mí era muy difícil decirle alguien que yo era bisexual” (Charles).

La operación representada en la interpretación de los deseos del usuario también parece jugar un papel central, en la medida en que buscan anticiparse al tipo de cuerpo que los usuarios desean ver. Ante la evidencia de que todos los tipos de cuerpo tienen un público específico,

perciben aceptación por parte de ellos. A su vez, esta aceptación externa refuerza una dinámica de aceptación hacia sí mismos en el terreno corporal.

**B) AUTOCONOCIMIENTO SEXUAL DEL CUERPO VIVIDO:** Las actividades relativas a esta práctica tienen un carácter que refuerza la idea de que el cuerpo es un objeto dispuesto para ser conocido, y para relacionarse consigo mismo a través de su conocimiento. Y normalmente, este conocimiento se dirige a la dimensión sexualizada del cuerpo sobre la cual se deriva una experiencia de descubrimiento. De la misma manera en que reconciliarse con el cuerpo vivido significa reducir la importancia de la autocritica culturalmente basada con respecto al cuerpo, el autoconocimiento sexual también se produce en un entorno seguro (la habitación frente a una cámara, y un usuario con una presencia meramente virtual) que se presta para ser un espacio de desinhibición. Esto crea un entorno que, sumado a la demanda de actos y espectáculos sexuales por parte de los usuarios, promueve la autoexploración erótica. Continuando con el relato de Ana María:

Cuando yo estoy al frente de una cámara yo me siento como si estuviera en mi intimidad ¿por qué? Porque uno tiene que disfrutar lo que hace, yo antes no disfrutaba el sexo, yo lo hacía porque sí, pero yo de saber qué era un orgasmo, de saber qué era tocarme, de saber qué es disfrutar, no lo vine hacer hasta que empecé a trabajar en esto (Ana María).

El desarrollo de las actividades relativas a este tipo, tales como masturbarse, acariciarse, establecer encuentros sexuales, explorar fetiches, etc., tiene efectos sobre la forma como los participantes pasan a vivenciar su sexualidad fuera del trabajo. Se produce una exploración de las mecánicas del propio placer, que permiten abordar los encuentros sexuales con mayor seguridad.

Como uno ya se conoce, uno se dice: “se pueden hacer esas cosas”, cuando uno tiene una pareja uno contarle qué le gusta, qué te gustaría hacer, como le gusta, entonces ya la pareja, entonces uno ya sabe que los dos vamos a disfrutar porque él ya sabe qué me gusta, eso es conocerse (Ana María).

Evidentemente, esto puede relacionarse con la respuesta emocional elaborada de desarrollar mente abierta. Sin embargo, mientras esa respuesta está orientada a aceptar las preferencias

inusuales de los usuarios fetichistas, el autoconocimiento sexual del cuerpo vivido está enfocado en un redescubrimiento de las propias necesidades y deseos, un afianzamiento de una episteme del deseo propio, un conocimiento que se diversifica y expande a medida que se continúa con el modelaje webcam. Pero, además, este autoconocimiento no es únicamente con respecto al placer sexual, sino que también se puede derivar una experiencia de lo auténtico, que trasciende lo sexual y se ubica como patrones de interacción social. En cierto sentido, esto tiene efectos sobre la producción del personaje webcam porque esta seguridad basada en el autoconocimiento amplía el rango de acciones posibles de dicho personaje. Esto se puede ver en el cambio que Melissa afirma tener de la timidez a la extroversión.

Yo aprendí a conocerme, me di cuenta de que yo tenía un lado más extrovertido, de que no tenía que ser una mujer reservada. No tengo el tabú de que si una mujer se viste corto o le gusta mostrar su cuerpo sea malo, no. Creo que rompí esa barrera, por lo que te digo, era muy tímida antes. No, aprendí a conocerme mi cuerpo, qué me gustaba, qué no me gustaba en muchos aspectos [...] esto a mí me ayudó a encontrarme a mí misma y a conocerme a mí misma porque yo era una mujer muy tímida, yo era lo contrario de lo que soy ahora (Melissa).

Es necesario destacar que, de acuerdo con los relatos examinados, las actividades dirigidas al autoconocimiento del cuerpo vivido se producen de forma muy significativa en personas en las que hay contraste entre la fluidez sexual que requiere el oficio y un pasado marcado por lo que ellas denominan como tabúes hacia la sexualidad, a la vez que reprobación hacia el propio cuerpo. Sin embargo, fundamenta una relación consigo mismo, produce una relación consigo mismo. Si la producción del personaje entraña una producción de la experiencia de la autenticidad motivada por el mercado, la reproducción del personaje entraña otra faceta de esta misma producción y esta faceta está basada en la autoexploración sexual, pero esta vez motivada como una forma de autodomínio y ampliación de los repertorios de acción.

C) CONSERVACIÓN DEL CUERPO: La conservación del cuerpo enmarca un conjunto de actividades centradas en la producción de la belleza. Las rutinas que se implementan para mantener el cuerpo lo más bello posible para cautivar a la audiencia de usuarios, los rituales que se establecen (o que se intensifican si ya existían), el maquillaje, la vestimenta, el acicalamiento, el cuidado de los detalles, del cabello, son actos que “cuidan” el cuerpo exhibible y, por lo tanto,



cuidan al personaje. Estas actividades impactan sobre cómo la apariencia es gestionada, no frente a la cámara, sino frente al resto de su entorno social en general.

Las actividades de conservación del cuerpo exhibible tienen tres aspectos. El primero, es la asunción de una normativa tácita de que el cuerpo debe mantenerse imaculado, de que no debe presentar heridas, fisuras o imperfecciones. Como el cuerpo es preparado para un medio fundamentalmente visual, la importancia relativa de todos los detalles es incrementada. Esto sienta una diferencia fuerte con respecto a los dos tipos de actividades mencionadas (Reconciliación con el cuerpo vivido y Autoconocimiento sexual del cuerpo vivido), porque si bien se puede disfrutar de estos rituales, el objetivo es conservar la deseabilidad para el mercado.

Porque el día que vos no llegués a la webcam, el usuario te va a buscar y si vos no estás el busca otra modelo y si se amañó con esa modelo, pierde el usuario. Entonces esa modelo empezó a ver que también notaba mucho, por ejemplo, cuando se aporreaba, que la verdad es que un morado, un raspón no se ve bonito en cámara. Por ejemplo, yo me dejé de meter a pogos porque me llenaba la cara y los pies y las manos de morados y yo era como “aaah”. Y uno para maquillar eso después (Caroline).

El segundo aspecto es que la conservación del cuerpo exhibible motiva actividades reiterativas. En particular, los participantes hablan de rutinas de belleza que se intensifican. En caso de que no tenga estas rutinas, empiezan a aparecer. Tienen un carácter rutinario, repetitivos con una significatividad que los mantiene dentro del día a día, y presuponen una consciencia de que el cuerpo está sujeto a deterioro, de que se necesita un trabajo activo y constante para protegerlo y sobrellevar el desgaste, así como de un temor subyacente a de repente ya no ser más deseable para el mercado. Un mercado que, representado por la volatilidad del usuario, ejerce sobre la imagen de la/el modelo una mirada escrutadora que los pone a prueba, que los evalúa constantemente “Ellos notan, ellos son demasiado, es como si tu fueras la novia y tú eres todo. En serio, ellos son así [...] Por ejemplo, yo me hago un nuevo tatuaje ‘tú no tenías ese tatuaje’ Son así” (Ana María).

Como se mencionó anteriormente, todas las actividades dentro de esta práctica se van añadiendo al propósito de conservar el cuerpo apto para el mercado, conservarlo competitivo, mantener su capacidad de movilizar afectivamente tanto al usuario individual como a la audiencia. Esto, con el tiempo, si bien es normalizado dentro del entorno webcam, es inusual para quienes los

frecuentan fuera de ese espacio, las personas que le rodean notan cambios ostensibles en su apariencia.

Mucha gente lo nota y cuando tú te empiezas a querer, la gente también lo nota ¿por qué? Porque te empiezas a verte bonito y yo siempre he pensado que cuando uno se ve bonito la gente lo ve bonito ¿por qué? Porque tú te empiezas a cuidar, entonces cuando yo me empecé a cuidar, yo empecé a cuidar mi alimentación, empecé a cuidar no tanto de que soy así que dietas, no, yo nunca digo, yo como demasiado, pero es eso. Empecé a cuidar todo, empecé a tenerme limpia, organizada y la gente nota: “ve, te ves muy diferente, me gusta cómo te ves, tu cabello se ve muy diferente, se ve muy bonito, muy cuidado” (Ana María).

D) MODIFICACIÓN DEL CUERPO: Este último conjunto de actividades que tienen por objetivo producir físicamente el cuerpo a través de modificaciones activas. La maximización del cuerpo exhibible aparece cuando conservarlo no resulta suficiente para el o la modelo, se debe transformar para incrementar significativamente la deseabilidad y, por lo tanto, la capacidad de lucrarse del mercado imaginado. No es un conjunto de actividades que desarrollen todos los modelos, sino aquellos que han interiorizado de forma más fuerte la normativa de competición en su proceso de interacción con el mercado. También son actividades dirigidas a la producción de la belleza, pero que implican un esfuerzo mucho mayor para el/la modelo y no se basan en rutinas recurrentes sobre el día a día.

No obstante, la evidencia para exponer estas actividades es limitada dentro de los relatos. En este caso, se consideró debido al significado que Melissa atribuye a la realización de cirugías estéticas, en términos del efecto que tiene sobre la forma en que una/un modelo webcam intervienen sobre sí para incrementar el provecho que obtienen de su mercado de usuarios. Las cirugías estéticas, de acuerdo con Melissa, son frecuentes en modelos webcam y aun aquellas/os que no las practican también las perciben como una opción disponible en cualquier momento.

También cambian los conceptos, por ese mismo hecho porque el mismo ámbito del modelaje webcam te muestra que eso es lo que vende, entonces como tú quieres vender, quieres ganar, entonces ¿qué haces? Cambias y ¿cómo?, vas a lo que realmente busca el cliente, por así decirlo, con lo que busca la página porque la mayoría que conozco... tengo

amigas, tengo muchas conocidas, todas se operan. Realmente es muy poca la chica que en este trabajo permanezca natural. Es muy poca porque realmente lo que vende ahora la sociedad, no solamente esa página, las sociedades, la televisión, es eso, una mujer voluptuosa. Ya las mujeres naturales para muchos están pasadas de moda, ya si no tienes el seno grande, la cola grande, ya no gustas como antes, ya se ha perdido mucho esto (Melissa).

Sin embargo, se incluyó dentro del análisis porque puede abarcar fenómenos que pueden aparecer en otros estudios de forma más diversificada. Esto no se agotaría sólo en las cirugías estéticas o cosméticas, sino en otras formas de transformar el cuerpo siempre y cuando estén en función no sólo de una intervención sobre cómo se percibe el propio cuerpo, sino de intensificar la forma como se impacta sobre la volátil mirada del usuario y anudadas a una concepción culturalmente extendida de belleza. Podría incluir tatuajes y perforaciones, coloración capilar, rutinas de acondicionamiento físico intensivo, entre otros.

En síntesis, mientras que la producción del personaje implica una búsqueda de la experiencia de autenticidad para diseñar la unicidad y particularidad del cómo mostrarse, del cómo impactar a la audiencia. La producción del personaje implica la producción de la experiencia de lo auténtico, motivada por el mercado imaginado y ejercida con y hacia la externalidad. Es decir, adoptando elementos externos a sí (ropas, vestimentas, objetos, fantasías, ideas de *shows*) y dirigido también afuera de sí, hacia el usuario, pero no el usuario individual que desea relaciones significativas, sino el usuario colectivo entendido como una audiencia.

La reproducción del personaje se trata por otro lado de un modo de relacionamiento consigo mismo más afín a la profundización sobre la propia experiencia corporal. Es de carácter privado, silencioso, pero produce una serie de condiciones que mejoran de forma global la deseabilidad para ese mercado, pero está atravesado por la búsqueda de bienestar propio y de producción de la belleza. Reconciliación con el cuerpo vivido implica la internalización de la interacción positiva con el usuario, y una disminución de las inhibiciones y autocríticas sobre el cuerpo y la sexualidad.

Autoconocimiento sexual del cuerpo vivido significa una ampliación de los repertorios de acción a través del placer propio como un campo de conocimiento, como un objeto epistémico, sobre el cual se explora su mecánica y que impacta sobre la vivencia global de la sexualidad, así como amplía los repertorios de acción en el trabajo. Conservación del cuerpo exhibible se basa en

la implementación de rutinas de producción de la belleza, que, así como está acompañado de un sentimiento de bienestar, también se considera necesario para conservar la deseabilidad que le permite capitalizar el mercado imaginado. Por último, maximización del cuerpo exhibible consiste en un esfuerzo mayor de producción de la belleza, siempre y cuando esté motivado por una internalización de la competición como norma, y de la intención de recibir más ingresos.

### **5.2.3. *Discusión***

La interacción de los participantes consigo mismos permite entender aspectos relacionados con la subjetivación neoliberal. De los tres ideales teleológicos, podemos argumentar que los dos más salientes son los de la búsqueda de autenticidad y de salud mental positiva. La tensión mercado - sí mismo en la producción del personaje se puede interpretar como una dimensión de la relación existente entre el subjetivismo expresivo y la mercantilización de la autenticidad en clave de marca personal. Recordemos que subjetivismo expresivo hace referencia a una posición del sujeto en que otorga un estatuto epistémico y moral a la interioridad y a las emociones, incentivado por la economía de consumo, replegándose en sí mismo y desentendiéndose de los compromisos, normativas y referentes sociales (Illouz, 2019b; C. Taylor, 1994).

Producir el personaje implica encontrar una salida a la tensión mercado – sí mismo, que equilibre la tendencia hacia un personaje totalmente mercantilizado o hacia el subjetivismo expresivo, pero la evidencia muestra que los rasgos de este último son mucho más valorados. Como mencionamos anteriormente, hay una paradoja que se presenta en que el modelo puede adoptar un personaje webcam totalmente mercantilizado, o puede adoptar uno que puede considerar totalmente auténtico; y, sin embargo, predomina la creencia de que es el personaje webcam auténtico el que mejor puede capitalizar y fidelizar una audiencia. Esta creencia es la que permite que ese mercado produzca activamente la autenticidad, a través de que la/el modelo persiga activamente un conjunto de repertorios visuales que le permitan sentir ser-sí-mismo.

Teniendo esto en cuenta, la noción de marca personal parece ser la que equilibraría esta noción. La marca personal se puede pensar como una producción semiótica que el individuo realiza emulando a las marcas empresariales, que está inserta en discursos que privilegian tanto la búsqueda de las habilidades y los rasgos únicos del trabajador, como una moral de autopromoción de tales habilidades y rasgos (Alonso-Benito & Fernández-Rodríguez, 2020). La/el modelo se

compromete con una serie de elementos simbólicos que concilien lo que le gusta y lo que considera que lo hace único con una serie de tecnologías para autopromocionar esta expresividad personal. Es decir, no se mercantiliza el qué sino el cómo se muestra como producto.

Esto en el modelaje webcam ha sido leído por Ruberg (2022) justamente con el concepto de marca personal, el proceso en que una/un modelo webcam produce activamente un conjunto de recursos, principalmente gráficos (vídeo, fotografía, diseño, manejo de redes sociales), que están cargados de esos elementos semióticos que le hacen único/a y que tienen como objetivo la autopromoción, y esta autopromoción a su vez, dinamizar y fidelizar una audiencia que se identifique con tales elementos y que se pueda rentabilizar.

No hay que olvidar que la marca, incluso la marca personal al tener un carácter semiótico, también tiene una intencionalidad afectiva, se vincula a ideas y sentimientos (Vidal Auladell, 2014). Así, la elección de vestimenta, de colores y decoraciones hace parte de las decisiones estratégicas auxiliares a la producción del personaje. Si esto se mira desde la perspectiva de la mercantilización de las emociones, la/el modelo escoge objetos de acuerdo con su valor para producir una atmósfera en la sala. Atmósfera hace referencia a estados de ánimo producidos por ciertos objetos (Kaplan, 2019). Por ejemplo, escoger una chaqueta de cuero un día, tomar un cigarrillo, utilizar aceite como menciona Charles, son elecciones dirigidas a matizar la experiencia diseñada para la audiencia, pero bien podrían ser disfraces de personajes de anime, referencias culturales a videojuegos, podría ser la elección de un color predominante o de iluminación que sugiera un ambiente íntimo.

La reproducción del personaje, por otro lado, es más afín al proceso de subjetivarse hacia el ideal teleológico de salud mental positiva. Una de las opciones más plausibles para interpretar la reproducción del personaje webcam es la noción de capital sexual propuesto por Illouz y Kaplan (2020). Capital sexual es un concepto que simplifica la manera cómo en el neoliberalismo hay un incremento en la relevancia de la plenitud y la deseabilidad sexual como condición “sine qua non” para la adaptación tanto a ideales de salud mental positiva como a la economía de mercado.

En nuestro enfoque, el capital sexual es la suma de los estados afectivos relacionados con el sexo e individualmente acumulados, especialmente los relacionados con la audacia, la autorrealización, la creatividad, la ambición y la autoestima (p.65).

El capital sexual se encuentra anudado al ideal de salud mental positiva en la medida en que deriva de una serie de creencias en la cultura neoliberales según las cuales la actividad y plenitud sexual, al igual que tener una apariencia deseable son un deber ser. Es la comprensión de la sexualidad no desde la experiencia de conexión e intercambio de intimidad con el otro, sino como la base del aumento del valor personal dentro de la economía de mercado y la sociedad de consumo (Illouz & Kaplan, 2020). Este capital es tan valorado en el capitalismo neoliberal que explica por qué un alto acopio de aquél correlaciona con éxito en entornos que no son sexuales, como el del trabajo calificado.

Ahora bien, esto significa que la reproducción del personaje es motivada a través de un reconocimiento del propio capital sexual como efecto de la interacción con el usuario, que se internaliza y resignifica en la interacción consigo mismo. La retroalimentación constante del usuario, cargada de halagos y expresiones afectivas, muestras de deseo, deseos de conexión personal, es interiorizada por la/el modelo como la evidencia de que es deseable, de que posee un capital sexual. Lo que fundamenta la reconciliación con el cuerpo vivido, y lo que motiva y justifica el autoconocimiento sexual del cuerpo vivido, es la evidencia de tener este capital. De ahí que la modelo en cuestión experimentara lo que sus compañeras identifican con autoestima, ha interpretado que tiene un capital sexual que no conocía y reivindica la existencia de éste a través de la producción de fotografías.

Ahora bien, el autoconocimiento sexual del cuerpo vivido clasifica lo que las modelos llaman conocerse. Esto Jones (2016) lo lee en términos de la adquisición de una agencialidad sexual, es decir, la capacidad de ser responsable del propio placer, al aprovechar el carácter privado, desinhibido y seguro de la habitación donde se transmite. Algunas mujeres, menciona la autora, tienen orgasmos por primera vez frente a una cámara. Pero esto, desde la óptica del capital sexual, tiene otra connotación y es que al placer se le otorga un estatuto de área cognoscible. El placer sexual se presenta como algo que puede y debe ser descubierto, una experiencia con una mecánica sobre la cual se puede elaborar conocimiento y, en algunos casos, también elaborarlo sobre sí misma/o. Aquí también se presenta una posible conciliación de la tensión mercado – sí mismo, dado que la autoexploración puede direccionarse a cómo hacer más placentera la propia experiencia del trabajo, o, por el contrario, descubrir lo que se necesita para producir más y mejor el emodity del encuentro sexual compartido para el usuario.

Posteriormente, pensar la conservación del cuerpo implica, ya que se ha descubierto el capital sexual, en buscar maneras de que este no merme, de que se mantenga en un nivel que permita aparecer como deseable para los otros y que, en consecuencia, conserve la experiencia de autoestima y autovaloración que ya se descubrió. Esto implica intervenir sobre el cuerpo desde una noción de cuidarlo sin alterarlo, pero también una noción de que perder este capital es fácil, de que se debe evitar ponerlo en riesgo con heridas o lesiones.

Lo que entendemos como modificación del cuerpo implica todas aquellas actividades que una/un modelo realiza para incrementar su capital sexual. Este es el tipo de actividad de reproducción del personaje webcam que requiere mayor evidencia, pero se puede utilizar para clasificar todas aquellas actividades y rutinas dirigidas a modificar el cuerpo para el incremento del capital sexual. Por lo pronto, en los relatos aparece la cirugía plástica o cosmética como una actividad de maximización del cuerpo exhibible, pero aquí pueden incluirse desde coloración del cabello hasta la adopción de hábitos de ejercicio o dieta.

### **5.3. Interacción con los estudios webcam: agonística modelo-estudio**

El modelaje webcam es una ocupación que se desempeña a través de plataformas digitales. Chaturbate y LiveJasmin son plataformas que aparecen en los relatos, y definen espacios digitales donde tiene lugar la interacción con los usuarios. Sin embargo, el modelaje webcam, de la manera en que es desempeñado en Colombia, es un oficio doblemente mediado: primero, por la plataforma en sí, y segundo, por los estudios webcam.

Los estudios webcam son empresas muy heterogéneas con diversos niveles de formalización y capital que intermedian entre las plataformas digitales y los trabajadores webcam, ofreciendo acceso a tecnología, espacios decorados y conocimiento. También ofrecen acompañamiento, asistencia, instrucción y supervisión a través de la figura del monitor, que es un mando intermedio dentro de estas empresas. Dado que los estudios webcam necesitan de los modelos para generar utilidades, y muchos modelos antes de ingresar no cuentan con capital para entrar al mercado, se genera una relación de interdependencia. Con el concepto de agonística modelo-estudio buscamos describir el carácter de esta relación a partir del conflicto permanente de fuerzas que representa. En el marco de esta relación identificamos que estudio y modelo son dos

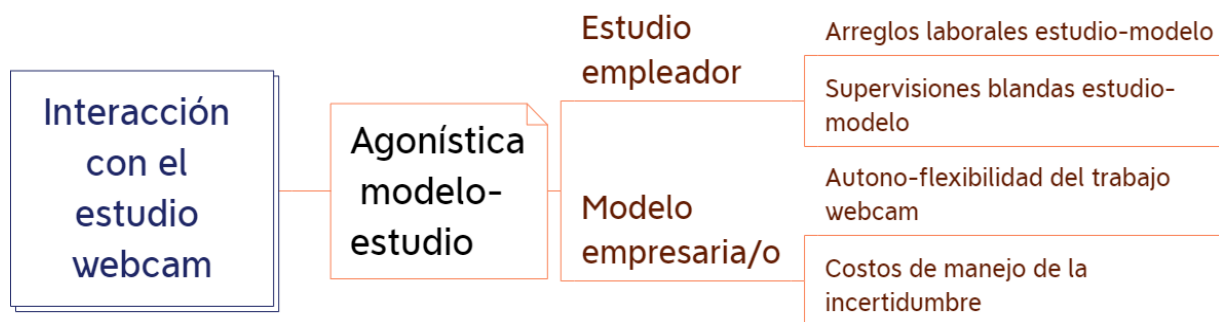
actores con recursos concretos e intereses prioritarios para ellos, que reivindican en la interacción cotidiana.

Es importante declarar que la agonística entre modelos y estudios se caracteriza por una asimetría, pero a la vez una interdependencia. Es una asimetría porque, en las condiciones socioeconómicas del contexto, los modelos interesados en ingresar a la economía webcam carecen de las condiciones físicas y tecnológicas para entrar de manera competitiva al mercado. Si bien cualquier puede crear una cuenta y transmitir con una cámara casera, existe la percepción de que es un mercado altamente competido que se caracteriza por un nivel alto de elaboración y calidad de contenido.

Es decir, los estudios poseen un capital que la/el modelo no tiene, pero que necesita para poder ser competitivo/a. A esto se suma el carácter desregulado del modelaje webcam: los estudios se encuentran formalizados como forma de legitimarse como empresas productivas, pero el estado de garantía de los derechos laborales de modelos es confuso y lleno de vacíos, lo que se asocia a una experiencia de incertidumbre.

### Figura 8

*Sistema de subcategorías Interacción con los estudios webcam*



Por esta razón, cuando hablamos de agonística modelo-estudio, nos referimos principalmente a una relación de conflicto que subyace a toda la configuración laboral. Teniendo



esto en cuenta, la agonística modelo-estudio, como se muestra en la figura 7, se expresa en los participantes de dos maneras contrapuestas, que se describen de la siguiente manera:

- a. El estudio como empleador, lo que implica los arreglos laborales contruidos en el marco de la desregulación, y las estrategias sutiles o explícitas que utilizan para hacer constante el ritmo de trabajo de modelos webcam sin declarar explícitamente una subordinación laboral.
- b. La forma en que los participantes conciben los medios y los resultados del trabajo como suyos y se entienden como empresarios de su propia empresa, se resisten a las condiciones de los estudios y crean una comprensión de los costos de esa autonomía.

### ***5.3.1. El estudio empleador:***

Como las plataformas son globalizadas y permiten una gran competencia, abrirse paso en ellas depende de disponer de ciertos recursos tecnológicos. Esto incluye conexión estable de internet, cámaras de alta resolución, computadores aptos para el procesamiento de vídeo streaming, mobiliario y decoración, conocimiento en el uso de las herramientas que proveen las plataformas, y saberes procedimentales sobre cómo estimular el consumo de los usuarios.

En primer lugar, la clase de arreglos laborales, los acuerdos que enmarcan lo que el estudio ofrece y lo que el modelo debe dar a cambio y del papel que cumple la informalidad en la definición de estos acuerdos. En segundo lugar, las formas en que los estudios buscan establecer cierta regularidad y predictibilidad en el comportamiento de modelos, teniendo en cuenta la informalidad del vínculo laboral. Los dos aspectos están atravesados por el carácter desregulado de los lazos laborales entre modelos y estudios. A raíz de esto los participantes entrevistados sugieren que hay una percepción compartida de desprotección y desconfianza.

#### **5.3.1.1. Nosotros no tenemos esos privilegios: sobre los arreglos laborales**

El modelaje webcam es visto por los participantes como una industria en la que hay una competencia creciente. En palabras de Melissa:

Hay más competencia porque más chicas quieren trabajar en esto entonces ya tú entras a competir con miles de chicas para que te escoja a ti un cliente, entonces digamos que en medida sí va creciendo, pero asimismo como va creciendo para las modelos, también va creciendo para los hombres que se van dando cuenta que esto existe-buscando también este recurso (Melissa).

De ahí que la competitividad aparezca como un aspecto que los modelos webcam problematicen como prioridad. Puede pensarse que esta percepción de competencia lleve a atribuir una importancia considerable a ciertas condiciones de trabajo, vistas como necesarias para que un trabajador webcam pueda sobresalir. Los estudios webcam son empresas heterogéneas que proveen a los y las modelos estas condiciones, entre las que se cuentan equipos de tecnología para poder transmitir con una conexión de internet estable y vídeo streaming de alta resolución, habitaciones con decoración y mobiliario con las cuales los trabajadores webcam pueden “armar su sala”, intermediación con las plataformas digitales donde se puede establecer contacto con los usuarios, y, en algunos casos, conocimientos técnicos y acompañamiento sobre cómo realizar el trabajo de la forma más lucrativa posible.

El monitor es un cargo dentro de los estudios cuyas responsabilidades varían enormemente de uno a otro, pero de acuerdo con los participantes, se encarga de la transferencia de conocimiento técnico para el aumento de la competitividad del modelo. Melissa, en la primera entrevista, describe que:

El apoyo que tienes de los monitores te ayuda mucho, en el hecho de que, por ejemplo, nos ayudan a “ven, siéntate así, siéntate más derecho, eh, mirá, tu perfil es este. Te quedaría bonito este maquillaje”. Entonces aprendes, ellos te enseñan, en medida te enseñan a controlar cualquier, cualquier tema que tú tengas desde el trabajo, ya sea de vestuario, si tú cómo te sientes. Por lo menos en el estudio yo he encontrado ese apoyo siempre (Melissa).

Quienes acceden a este trabajo, con gran frecuencia, carecen de estos medios o de capacidad económica para conseguirlos por cuenta propia, de manera que los estudios son vistos como empresas que los proveen. Estos son ofrecidos a los modelos a través de acuerdos informales y a

cambio de una parte de las ganancias que generan en las plataformas. Este porcentaje es definido por el estudio y, dado que no existen regulaciones al respecto, puede variar ampliamente.

Los lazos contractuales que se establecen entre estudios y modelos para este intercambio se definen en un amplio terreno sin regulación, lo que lleva a que estos últimos y últimas se perciban expuestos a lo que el estudio determine sobre este aspecto. En la entrevista grupal, cuando a las participantes se les pregunta por cómo entienden sus garantías laborales, contestan que:

Nosotros no tenemos esos privilegios (Caroline).

Nosotros no podemos venir a decir eso porque nosotros trabajamos para un estudio que legalmente no... pues, acá el modelaje webcam no es... (Ana María)

Uno se puede constituir un estudio como legal ante empresa, pero nosotros, si nosotros se nos da la gana de hacerle cualquier cagada al modelo, el modelo no tiene derecho a reclamar nada. Ellos no tienen garantías de nada. Por eso es que uno como estudio le tiene que dar las mejores garantías a un modelo. Porque usted pone a trabajar, digamos, yo pusiera a esta mujer a trabajar 16 horas, primero me putea cuatro horas, y luego se va (Caroline)

Dado que los estudios tienen la opción de constituirse legalmente, pero no existen regulaciones entre el vínculo laboral entre éstos y los modelos, los acuerdos que se realizan pueden ser propuestos arbitrariamente por ellos. A su vez, hay un entendimiento de que a nivel legal y por el carácter sexualizado del trabajo, hay muchas barreras para poder establecer contratos o acuerdos formalizados entre estudios y modelos. Caroline, quien cumple a momentos el papel del modelo y a otros el papel de la administración del estudio, prosigue sobre este aspecto:

Si vos te pones a decirle a un modelo “Te tenés que quedar seis meses” en un trabajo que implica sexo, en un trabajo que implica que ella esté de pronto en contra de su voluntad... porque muchas personas trabajan diez, quince días y dicen “no, esto no es para mí” y se pueden ir tranquilamente. El problema ya es cuando, cuando, o sea, yo le digo al modelo “No, pero es que vos me firmaste un contrato, vos te tenés que quedar 3 meses”, la modelo va a trabajar disgustadísima porque está trabajando en algo que no le gusta, está trabajando constantemente ante una cámara, o sea, van a notarlo los mismos usuarios que no está

trabajando con su voluntad. En un trabajo en el que se exige prácticamente que esté desnuda todo el tiempo, lo pueden tomar como trata de blancas. Entonces nosotros no podemos hacer eso (Caroline).

Esto sugiere que la unilateralidad que existe en el poder de negociación no implica que el modelo deba ceñirse sin más a las condiciones. El carácter del vínculo laboral, que aparece como imposible de formalizar, también hace que no se pueda exigir permanencia en el estudio. Si las condiciones no les parecen justas a los modelos, éstos pueden abandonar el estudio e irse a otro, o abandonar el oficio sin ninguna consecuencia para ellos.

Un aspecto central son los acuerdos económicos y de horas de trabajo, los participantes relatan que los estudios deducen un porcentaje de lo que el modelo ha producido, y le pagan tomando como referencia un precio fijo e hipotético del dólar menor al valor real. Ana María describe este esquema:

Te pagaban el 55% y adicional a eso se pagaban el dólar a 2500 independiente de lo que llegara, entonces nos robaban mucho dinero [...] Y cuando yo estaba trabajando allá estaba a 3000, o sea nos quitaban demasiado (Ana María)

Hay otros estudios que son mucho más hijos de puta. No te restan por ahí 200 pesos del dólar, te cobran 1000 del dólar (Sara).

A su vez, Melissa describe que, en el estudio donde es monitora, el esquema es similar, con distintos valores:

El porcentaje de ganancia, el porcentaje de ganancia generalmente son del 50% y el allá, por ejemplo, chicas que tienen experiencia les empieza a dar desde el 65% las horas de conexión son mínimo cinco horas diarias y tienes la opción de trabajar de lunes a viernes, no es obligatorio trabajar sábados y no se trabaja ni domingos (Melissa).

Otro de los aspectos centrales y divergentes sobre este proceso informal de establecimiento de vínculos laborales es el de la afiliación a seguridad social. Caroline y Melissa tienen vivencias

contrapuestas con respecto a ese aspecto, lo que apoya la hipótesis de que es ampliamente variable de estudio a estudio.

Cuando ingresas a un estudio nunca te van a hacer firmar un contrato a tres meses, o a seis meses, un contrato a término fijo y te van a dar prestaciones, eso no es posible. Este tipo de trabajo es ilegal para el estado. Es muy contado el estudio que brinda prestaciones sociales (Caroline).

El estudio me exige que yo tenga mi ARL, mis riesgos laborales y mi EPS, ya que si tú no quieres cotizar a pensión CC obligatorias no estás obligado, pero es lo único que me exigen, me exigen que tenga salud y que tenga riesgos laborales (Melissa).

Sin embargo, estos fragmentos también permiten inferir que la tendencia tiende a ser que los estudios dejan este aspecto a ser resuelto por los trabajadores y trabajadoras webcam de manera independiente. Debido a que hay muchas limitaciones para establecer contratos formales, y presumiblemente debido al carácter frágil del vínculo laboral, se tiende a obviar la afiliación a seguridad social al constituir el acuerdo. También Sara y Ana María sugieren que este aspecto no sólo es una responsabilidad correspondiente a cada trabajador webcam a su libre elección, sino que se cuestiona su necesidad.

Pero normalmente lo dejan casi todo a la modelo. Casi todo lo de cómo se llama eso. Cuando uno se va a jubilar, la pensión todas esas cosas quedan completamente a cargo de la modelo, uno es la única responsable de si le da la gana de pagar eso o no. Porque nadie lo obliga, uno no se acuerda, no ve la necesidad, entonces, son muchas cosas (Sara).

Pero lo de las pensiones, yo tengo en el pensamiento de que nosotros no vamos a llegar a recibir pensión, eso me pienso yo, más adelante yo digo: a cierta edad ya ninguno va a recibir pensión, van a dejar de descontarle eso a la gente (Ana María).

Hasta ahora, se pueden vislumbrar elementos que agrupamos con el concepto de *arreglos laborales*. Con este concepto, en adelante nos referiremos a la configuración, específica y única, que se compone de los términos en los cuales los estudios webcam establecen acuerdos de responsabilidades mutuas entre éstos y los trabajadores webcam, y pueden llegar a variar

ampliamente debido al vacío regulativo. Esto incluye qué servicios se les presta, cuánto es deducido de las ganancias del modelo por ellos, en qué horarios pueden trabajar (mínimos de horas), pero fuera de estas normas, deja a los modelos un amplio margen de autonomía para definir su forma de trabajar. En resumen, es en esencia un intercambio de tecnología y conocimiento del estudio por tiempo y dinero del modelo.

Los arreglos laborales, de acuerdo con lo que los participantes relatan, representan una relación de interdependencia. Esa interdependencia se desarrolla teniendo como trasfondo la percepción de un entorno con una gran competencia y que, por la falta de regulación y por la unilateralidad del poder de negociación que los estudios tienen sobre los pagos, está permeada de desconfianza de los modelos hacia los estudios.

El carácter del arreglo laboral, en este sentido, es asimétrico y es frágil. En sí, la interdependencia se sustenta sobre la creencia de que los modelos webcam no pueden ser competitivos sin las herramientas que el estudio les ofrece, y a su vez los estudios no pueden generar dinero sin modelos que puedan cautivar y conservar usuarios. Los capitales que se intercambian son distintos, dado que el estudio tiene recursos de orden tecnológico y cognitivo, mientras que los modelos disponen de capital sexual y relacional. Podría proponerse pensar, por un lado, que los modelos buscan a los estudios para acceder a un mercado y hacerlo de forma competitiva, mientras que los estudios a su vez buscan evitar que los modelos trabajen de forma irregular o que los abandonen, dado que pueden hacerlo en cualquier momento sin consecuencias. Este último aspecto permite interrogarse sobre qué estrategias concretas utilizan los estudios para ejercer esta influencia sobre los modelos webcam.

#### **5.3.1.2. Supervisiones duras y blandas: la interiorización de las metas.**

La agonística modelo-estudio, a la vez que se caracteriza por su asimetría, también se caracteriza por su interdependencia. Los estudios poseen capital de todo tipo, pero no poseen el capital sexual que genera el consumo del usuario, no pueden ganar dinero sin modelos. Por lo tanto, utilizan una serie de tácticas como formas sutiles de regularizar el trabajo de modelos. Las supervisiones duras son aquellas que pueden representarse como un castigo, como una forma de disuadir en las y los modelos un comportamiento que no es deseable. Con supervisiones blandas,

nos referimos a tácticas que, por el contrario, son incitadoras, recompensantes o que trabajan sobre la concepción que la/el trabajador/a webcam tiene sobre el deber ser de este trabajo.

La primera táctica de regularización es la monetaria, y está compuesta de bonificaciones y de multas. Las multas son deducciones de dinero que se realizan antes de pagarle al modelo, y al parecer buscan hacer consistentes los horarios de conexión. Sara expresa que:

Entonces, normalmente, los estudios sacan porcentaje por llegadas tarde, sacan un porcentaje por el cambio, sacan un porcentaje por el establecimiento. Yo me gano ni siquiera el 100%, sino el 60% de lo que realmente hago. Sin mencionar todas las multas, donde termino nada más la mitad. La mitad de lo que yo produzco es lo que le dan a uno más o menos (Sara).

En segundo lugar, las metas y bonificaciones. Es decir, cumplir con una producción mínima en un período determinado y recibir dinero a cambio. En el estudio en el que Melissa comparte funciones de monitora, describe la forma como se utiliza esto para motivar el trabajo:

Nos motiva a no tener como esa obligación o esa necesidad de trabajar los domingos, por ejemplo, él saca lunes motivacionales, hace una meta, si el lunes te haces esta meta te regaló \$50,000 adicionales a tu salario y todos los días de marzo sacó una meta adicional. Si todos los días se cumple una meta diaria, es bajita, no es mucho da \$10,000 adicionales, entonces aparte de lo que tú te haces en el salario con el porcentaje, haces dinero extra con los días motivacionales que él te está regalando (Melissa).

En tercer lugar, dado que los estudios suelen representar la entrada de muchos modelos a la industria, puede haber elementos discursivos que a través del entrenamiento incentivan la inversión de tiempo y recursos en el trabajo. Melissa menciona varias veces la intención de ser una “modelo top”, lo que parece sugerir no sólo una promesa de tener altos ingresos como modelo a través del trabajo duro, sino ir detrás de un cierto reconocimiento en la industria y la posibilidad de elaborar un proyecto de vida centrado en el modelaje webcam.

Modelo, yo creo que todas nos mentalizamos a ser unas modelos top, como es la palabra, modelos reconocidas dentro de la página, modelos que facturan económicamente muy bien,

personas que con ese trabajo se compran su apartamento, se compran su carro y realmente a futuro lo que yo veo es una estabilidad económica, una estabilidad familiar, que es lo que quiero brindarle a mi familia, brindarle estabilidad, entonces por eso lo veo a largo plazo y a un futuro (Melissa).

### **5.3.2. *La/el modelo empresaria/o***

Hasta ahora, en los relatos de los participantes se puede inferir que, si bien se entienden como trabajadores sujetos a un conjunto de condiciones determinadas por el estudio, conciben el trabajo como “suyo”. En el campo modelo-estudio webcam se constituye una oposición en torno a ser empleado y ser empresario. Si bien lo primero está marcado por una asimetría a partir de la cual se pone de relieve la amplia informalidad de los vínculos laborales, lo segundo está delineado por un cierto sentido de autonomía de los modelos sobre los principales aspectos de su trabajo. Esto empieza a aparecer en el relato de Melissa, cuando menciona que: “aquí siento que no le estoy trabajando a alguien, siento que estoy trabajando para mí misma, que yo soy mi propia jefe, que yo puedo manejar mi tiempo, que tengo más libertad” (Melissa).

A raíz de los relatos se encontraron dos formas en las cuales se expresa esta idea. En primer lugar, describimos y agrupamos las distintas formas en que los participantes consideran posible posicionarse ante la configuración laboral, desde la subordinación completa hasta la independencia de los estudios, en los muchos aspectos en los que pueden tomar decisiones sobre el tiempo y esfuerzo asociados al trabajo. En segundo lugar, se apostó por sintetizar cómo los modelos se relacionan con la incertidumbre generada por la fluctuación del ingreso, a través de la constancia y la innovación. Esta articulación entre poder relativo sobre la disposición del propio trabajo, y su relacionamiento característico con la incertidumbre y formas para manejarla están atravesadas por la idea de que lo que el modelo realiza es su propia empresa.

#### **5.3.2.1. Como vender dulces en la calle: Autonomía-flexibilidad del trabajo webcam**

El modelaje webcam es visto como un trabajo flexible donde los modelos perciben que tienen poder de decisión sobre un amplio rango de ámbitos de la forma como organizan sus actividades. De la misma manera en que ejercen el rol de anfitriones en una sala, diseñan



experiencias relacionales y equilibran criterios instrumentales y estéticos para la producción de su personaje, hay distintas formas de posicionarse en términos de esta misma autonomía frente al actor representado por el estudio. Los modelos, en esta agonística, están conscientes de la relación de interdependencia. Por lo tanto, la auto-flexibilidad del trabajo webcam en este trabajo hace referencia al rango de toma de decisiones que constituye un espacio dominado, cuanto menos parcialmente, por los modelos.

Si no hubiera modelos, no habría estudio. Para qué un estudio sin modelos. En este momento estoy en ese bololó con un estudio que cogí hace tres días. No tiene modelos. Es un estudio que usted lo ve y es una cuca de estudio porque tiene hasta vanity, tiene muy buenos equipos, o sea, y el estudio está vacío (Caroline).

Uno de los focos de conflicto en la agonística, y que es imprescindible abordar en términos de una auto-flexibilidad es la distribución del tiempo. El estudio busca, necesita controlar una regularidad en el tiempo de conexión de modelos, pero este tiempo entra en conflicto con el agotamiento percibido por ellas/os. En esta agonística, la auto-flexibilidad se fundamenta en el cuerpo como una forma de limitar la necesidad de rendimiento hacia la cual los estudios buscan enrolos, y como una manera de declarar control sobre su propia relación con el tiempo.

Pues, es que es totalmente diferente, hay gente que sí se gasta, hay estudios que ponen a trabajar hasta 12 horas comenzando a las modelos [...]. Yo soy de las que yo no estoy de acuerdo con algo, yo no lo hago. Y ella sabe que yo no estoy de acuerdo con algo, yo automáticamente le hago entender a ella que no, porque yo no me callo nada, yo siempre digo las cosas. Y no le trabajaría. Porque no, yo. Es mi cuerpo. O sea, independiente de ellos tengan el estudio y todo eso, están entrando plata por cuenta de nosotros ¿y nos van a desgastar de esa manera? (Ana María).

Al mismo tiempo, autonomía-flexibilidad significa que el modelo no sólo es trabajador, también es cliente, y el estudio presta un servicio. Lo que implica que puede escoger en qué estudio trabajar, de acuerdo con las condiciones que vea más favorables a pesar de que no pueda cambiarlas o negociarlas. Hay una percepción compartida de que los estudios, en la asimetría de capitales que

tienen ante el modelo, tienen vía libre para determinar las reglas de los acuerdos, como los pagos o los horarios propuestos.

Yo estuve en otro estudio, comencé allá [...] Allá me enseñaron todo, la metodología que ya en ese momento estoy aplicando. Ciertas cosas, comencé allá, me enseñaron todo, me enseñaron cómo es todo esto. Trabajé allá seis meses, ocho meses y ya después me fui para otro estudio por inconvenientes que tuve allá y porque me quedaba súper lejos. Quedaba en Laureles y yo vivo acá y me tocaba madrugar casi a las 4:00 de la mañana para llegar allá a las siete porque allá nos cobraban multas si llegábamos tarde. Y ya, empecé a trabajar en otro lugar. Era muy chévere porque no molestaban para nada, pero no pagaban bien. Te pagaban el 55% y adicional a eso te pagaban el dólar a 2500 independiente de lo que llegara, entonces nos robaban mucho dinero. Entonces yo duré allá ¿qué? Una semana y ya empecé a trabajar acá, no duré mucho tiempo allá y acá yo llevo, ya voy para un año (Ana María).

Desde este posicionamiento, el estudio no es visto en términos de contratante. Es visto como un proveedor de servicios que los modelos evalúan constantemente a partir de muchos aspectos como la facilidad para transportarse, la calidad de las habitaciones y de los equipos, el entrenamiento que ofrecen, la insatisfacción con los controles (multas-bonos), y también como un ambiente de relaciones sociales de su agrado o no en el que es optativo quedarse o permanecer.

Es posible afirmar que la severidad de esa evaluación se acentúa porque los trabajadores webcam consideran que los productos de su trabajo son suyos, y que están pagando al estudio por esos servicios en una proporción no elegida por ellos sino fijada por éstos. Dado que los modelos webcam no reciben el dinero directamente, y que la mayor parte de arreglos laborales entre modelos y estudios implican el cobro de un porcentaje previo al pago del modelo, sobresale además el uso de la expresión “robar” para designar justamente esa proporción, más cuando consideran que es una fracción que no es justa, en comparación con los servicios que el estudio les ofrece.

Sin embargo, hay ciertos casos en los cuales la calidad de los servicios del estudio pasa a un segundo plano y, en esa evaluación, priman las relaciones personales que se dan y cómo se desarrollan. En el caso de Sara, que menciona haber empezado con Caroline desde la fundación del estudio, y también que es el primer estudio webcam en que ha trabajado, menciona que:

Siempre he estado con ellos, los que manejan el estudio, pero nos hemos movido de lugares [...] Yo empecé con el estudio desde cero. Entonces era una casita más pequeña. Era un computadorcito, un portátil, en esa misma base que estás mirando ahí. Entonces era un cuarto la mitad de este, era super pequeño. Entonces uno empezaba, casi no se podía mover, entonces era siempre sentada en la cama. Fue la primera parte, pero era muy muy ameno, porque era como trabajar con amigos (Sara).

Por último, el tercer aspecto de la auto-flexibilidad consiste en la posibilidad siempre existente, pero costosa, de independizarse. La evaluación constante sobre los servicios de los estudios y el dinero que éstos cobran puede llevar a que algunos trabajadores webcam consideren que los estudios no son indispensables para poder transmitir en las plataformas. El deseo de independización está motivado por la insatisfacción con los estudios.

Y volví a empezar otra vez sola, otra vez sin instrucciones, en páginas nuevas, prácticamente... pues no había entrenamiento, nulo. Y fui investigando, fui investigando hasta que me dí a la tarea de decir “no, para tener un estudio que me esté robando un porcentaje, mejor me voy sola, porque el estudio no me está ayudando en nada” (Caroline).

Los servicios que el estudio presta, como intermediación con las plataformas, acceso a conocimiento técnico, tecnología y asistencia, llegan a ser entendidos por el trabajador webcam como algo que puede ser gestionado por sí mismo, pero a cambio de un esfuerzo material considerable. Sara enumera algunos de los costos que debe asumir un modelo independiente:

Porque, como te digo, la apariencia es muy importante, entonces tienes que tener excelente resolución, o sea que tienes que tener un muy buen internet, tienes que tener un muy buen computador y tienes que tener una muy buena cámara. Y si tu espacio es feo, también la recargas, entonces necesitas un buen apartamento, y todo eso es muy costoso. Entonces ¿cuál es el problema para independizarse? Recopilar todas esas primeras características (Sara).

Sin embargo, si frente al estudio hay una experiencia de desprotección que les lleva a ceñirse en las condiciones facilitadas por éste, la independencia también es vista como la opción

que más riesgos entraña. A su vez, debido a que los estudios dependen de los modelos, también es vista como inconveniente para los estudios. Sara también expresa que:

Independiente. Entre más nenas trabajen independiente, menos dinero consiguen los estudios, entonces, es muy, eso, ¿si me entiendes? Deja de ser una industria y se convierte en un trabajo independiente cualquiera como vender dulces en la calle. Todo lo que te haces te llega a ti (Sara).

Básicamente, la auto-flexibilidad del trabajo webcam consiste en que el modelo, a raíz del control que percibe tener sobre la organización y disposición de las actividades que componen su trabajo (producción del personaje, reproducción del personaje sala), establece la forma como adopta o resiste a las disposiciones que los estudios establecen a manera de controles. Esto sugiere que el modelo realiza un proceso de evaluación permanente sobre todos los aspectos de la asimetría (arreglos laborales, formas de control sobre el trabajo y expresiones interpersonales de la asimetría) y deriva una forma de posicionarse ante estas condiciones. Se identifica que el tiempo de trabajo (horas de conexión) y el aspecto monetario del arreglo laboral son, desde los relatos de los participantes, los principales puntos de conflicto en esa agonística modelo-estudio.

### **5.3.2.2. Busca cómo hacer: Costos de manejo de la incertidumbre**

El trabajo webcam es un oficio con un ingreso económico fluctuante e impredecible que se basa en efectos emocionales que los modelos tienen sobre usuarios. Aunque los modelos buscan poder predecir este efecto a través de conocer al usuario, los participantes asumen que en el trabajo webcam hay mucho que depende del azar y que no hay garantía de que las acciones y estrategias tengan réditos seguros.

Todos los modelos son completamente diferentes. Tienen una suerte diferente, un método de trabajo diferente, un cuerpo diferente, una personalidad diferente. Yo no le puedo decir a esta nena que llega acá a una entrevista ¿Cuánto me voy a producir? Ah vos te vas a producir tanto. Pues eso es imposible decirlo. Yo, yo he visto nenas que uno dice “No, es que esta nena me va a producir un montón” “esta nena se va a sentar en cámara y le van a llegar un montón de usuarios” y uno dice “está hermosísima, tiene una personalidad

superbacana” ¿Y qué pasa? A los meses les toca irse porque no están produciendo (Caroline).

Esto se conecta con la creencia de que no hay factores que garanticen que un modelo nuevo pueda alcanzar un nivel estable de ingresos, ni que los de modelos experimentadas no vayan a mermar. Para muchos y muchas modelos, el tiempo que desempeñan el oficio puede ser muy corto, ya que, aunque tengan una apariencia física atrayente, carisma o presencia, pueden demorarse demasiado tiempo en captar usuarios o generar ganancias para el estudio y para sí mismos. La suerte siempre está presente. La dimensión empresarializada del trabajo webcam se manifiesta en la creencia de que hay dos ámbitos en los cuales hacer frente a la suerte, dos formas delimitadas y diferenciadas de abordar la incertidumbre cuya responsabilidad recae sobre el trabajador mismo.

La primera de ellas es la valoración de la constancia, que se expresa en la disposición del modelo para invertir horas de trabajo por iniciativa propia, asumiendo que más horas de conexión representan normalmente más ingresos. Melissa también, en su papel de monitora, cuenta que en el estudio donde trabaja se promueve una mentalidad similar sobre la relación entre ingresos y horas de trabajo.

Chicas realmente disciplinadas que estén dispuestas a estar en el trabajo de 8 a 12 horas diarias, que es como un mínimo que se trabaja allá. Pero la ventaja de esto, este estudio es que la disciplina muestra resultados, entonces las chicas no se sienten como que están obligadas. No. Ellas lo empiezan a hacer por gusto porque saben que entre más trabajan más dinero van a obtener (Melissa).

Los participantes mencionan también que en algunos estudios las modelos que tienen mayor productividad son motivadas para que permanezcan conectadas aún más horas. Si bien los estudios pueden motivar el trabajo de modelos webcam a través de la imposición de ciertas metas en ganancias, algunos de los participantes asumen las metas también como una forma personal de incentivar su propia inversión de tiempo en el trabajo webcam. Es decir, no desconectarse hasta haber generado una determinada cantidad de *tokens* y apuntar los esfuerzos de la jornada a conseguirlos. Esta valoración de la constancia, sin embargo, es contradictoria, puesto que modelos más experimentadas pueden dar cuenta de que hay días malos en que por muchas horas de conexión que se hagan, no son provechosos.

Y también tiene que ver mucho también las horas de conexión. Si usted entre más horitas de conexión, más plata gana. Pues no siempre, a veces uno se conecta dos, siete horas. A veces se conecta todo el día y ni un token se lleva, entonces eso es la paciencia que usted tiene que tener, bueno, hoy no me fue bien, mañana me puede ir mejor (Ana María).

Yo me conecto dos horas y me dan un token. [...] Hay modelos que se desconectan a las dos horas porque no les va bien y yo ‘Parce’, muchas veces les insisto ‘conectate otros quince minutos, conéctese otros veinte’ ‘no se vaya todavía, de pronto llega un usuario’ y preciso llega un usuario en el último minuto (Caroline).

De acuerdo con estos fragmentos, esta evidencia, contrario a minarla, sigue reforzando la valoración de la constancia a través de entender cada momento del tiempo de conexión como una oportunidad constante de cautivar y conservar, y promover a su vez la creencia de que, si un día fue malo, el siguiente puede ser bueno. Asignar horas a trabajar en horarios diferentes también contribuye a acceder a nuevas oportunidades de cautivar y conservar, como puede verse en palabras de Charles:

También es bueno vez en cuando trabajar en horarios diferentes, entonces, por ejemplo, cuando yo trabajo en pareja trabajo en un horario y cuando trabajo sólo trabajo en otro horario y así uno llama públicos diferentes, gano más usuarios (Charles).

Se asume que la impredecibilidad de las ganancias es natural y viene de la mano con la disposición a seguir invirtiendo tiempo de trabajo los días siguientes. Esto, además, tiene un reverso concerniente precisamente a la relación con el usuario. Así como el tiempo de conexión es visto como oportunidad de rentabilizar, no conectarse en los tiempos usuales también entraña el riesgo de perder usuarios: “Porque el día que vos no llegués a la webcam, el usuario te va a buscar y si vos no estás el busca otra modelo y si se amañó con esa modelo, pierde el usuario” (Caroline).

Esta valoración de la constancia tiene límites. Si bien cautivar y conservar, aparece como una prioridad, hay decisiones en las cuales algunos modelos también establecen límites sobre este imperativo en la disposición de sus tiempos de trabajo. En el estudio de Caroline, donde Ana María trabaja, los modelos pueden escoger jornadas de cuatro horas por día. Al respecto de esto, Ana María menciona que:

Yo antes trabajaba más horas, y ganaba más. Yo me ganaba quincenal millón setecientos, millón ochocientos. Pero me mataba demasiado. A veces terminaba demasiado cansada y la vida social mía era totalmente perdida ¿por qué? Porque yo comenzaba a trabajar desde por la mañana, quedaba tan cansada, porque literal es como hacer el amor todo el día, y luego a mi casa a dormir. Y todo el día era durmiendo. O sea, yo no salía, no hacía nada, porque de verdad no tenía fuerzas para salir. Entonces yo dije ‘no voy a trabajar tanto tiempo’ porque no es justo que me desgaste de esa manera, o sea, me voy a terminar acabando (Ana María).

Con base en lo anterior, conceptualizamos la primera forma de manejo de la incertidumbre como “costo de constancia”. Esto define la disposición de la modelo a invertir horas de trabajo por iniciativa propia, como respuesta posible ante la fluctuación de los ingresos, bajo el supuesto de que más tiempo de trabajo genera más dinero. Aunque los estudios establecen estrategias para promover regularidad en los tiempos y esfuerzos de trabajo, los participantes perciben que son ellos quienes deciden la distribución de sus jornadas. Este aspecto flexible de la organización del tiempo puede variar entre un estudio y otro, pues son heterogéneos y los acuerdos que establecen para ofrecer el uso de sus servicios también lo son.

En algunos casos, luego de tener ganancias estables o cierta experiencia, parece que los trabajadores webcam pueden dejar de considerarlo una prioridad, y pueden llegar a disminuir sus tiempos de trabajo con el fin de disfrutar más tiempo libre o evitar desgaste. En esto puede encontrarse una relación con la práctica del cuerpo que conceptualizamos anteriormente como *cuidarse* puesto que la salud también se convierte a través de esta en una prioridad para los modelos. En este sentido, las prácticas adoptadas sobre el propio cuerpo se constituyen como un techo para el costo de constancia. Dado que el trabajo es entendido como desgastante, la práctica de cuidarse hace contrapeso al costo de constancia, y esta relación se expresa de manera distinta en cada modelo.

El segundo ámbito de manejo de la incertidumbre hace referencia a las acciones concretas del proceso de trabajo. No es sólo cuántas horas se trabaje sino cómo se trabaje. En palabras de Caroline: “Yo ahí mismo los aterrizo y le digo ‘eso es depende de lo que usted trabaje y cómo trabaje y si a usted le va bien’. Yo ahí mismo les pongo los puntos sobre las íes”.

Esto fortalece la idea de que parece promoverse una apropiación de la responsabilidad sobre los resultados. Las metas autoimpuestas motivan, según relatan los participantes, a que los modelos busquen permanentemente qué hacer para cambiar esos resultados.

Sí, pero tú tienes que ponerte metas, ejemplo, yo digo “me tengo que hacer cierta cantidad de tokens y si no me los hago, al menos hacerme tanto”, que uno sabe que no te va a afectar tanto la caída ¿y cómo haces eso? Pues si ves que las salas están muy quietas, busca cómo hacer. O sea, no tienes que hacer exageraciones en la sala, pero sé al menos intentar mirar que es lo que estás haciendo mal en el show o lo que puedes mejorar y eso hace que intentes no perder tanto dinero (Ana María).

La expresión “busca cómo hacer” entraña que el imperativo de cautivar y conservar se manifiesta en esfuerzos por cambiar permanentemente lo que se muestra en la sala o identificar si el propio estilo de trabajo del modelo tiene elementos que no funcionan. La asunción de que el usuario permanentemente desea novedad lleva en los modelos a direccionar sus esfuerzos para crear esa novedad. No hacerlo también acarrea la posible pérdida de usuarios. Además, deben explorarse distintos tipos nuevos de espectáculos para captar usuarios nuevos. Las palabras de Charles ilustran esta preocupación.

La gente se aburre de ver lo mismo, tenemos que variar porque si no, los usuarios tampoco duran toda la vida. O sea, un usuario de Chaturbate no se queda toda la vida en Chaturbate, también hay que llamar usuarios diferentes, hay que hacer cosas diferentes para llamar usuarios diferentes (Charles).

Esto tiene un costo material que es asumido por los modelos. Con este criterio, se puede conceptualizar esta forma de manejo de la incertidumbre como “costo de innovación”. De acuerdo con Sara, es el modelo quien debe invertir en todos los objetos que utiliza para trabajar y esto constituye destinar de manera recurrente una porción de las ganancias para la creación de novedad.

Nuestros implementos de trabajo. ¿Qué son los implementos de trabajo? Nuestros juguetes, nuestra apariencia física, la lencería siendo mujer. Llamar la atención es muy importante en cámara. Si tú siempre te ves igual no vas a producir nada. Porque se aburren de ver lo mismo. Entonces es muy importante como modelo ir renovando, renovando closet,



renovando peinado, renovando maquillaje, renovando juguetes. A ellos les gusta y en eso uno tiene que invertir. [...] No siempre se compran juguetes, pero suponiendo que me compro un juguete puede ser por ahí 300, 400mil al mes (Sara).

Pero, además, los costos no son únicamente materiales. De la misma manera que se realizan compras, también se ocupa tiempo fuera de la transmisión para explorar posibles nuevos elementos, practicar nuevas actividades para mostrar en la sala, o pasar tiempo cambiando la decoración de ésta para celebrar fechas especiales.

Realmente es un trabajo difícil y es de estar estudiando. Yo no lo hago, pero compañeras que se ponen a buscar cómo hacer esos nudos que se hacen y eso me parece muy complicado y se ponen a intentarlo y se ponen a intentarlo hasta que lo logran. O ellas que se maquillan tanto, se ponen a investigar diferentes juegos de luces. Yo también lo he hecho en pareja, poner filtros rojos para que se vea como diferentes temáticas, cuando es una fecha especial, por ejemplo, en Halloween, en San Valentín, en esas fechas especiales siempre organizamos (Charles).

Sin embargo, de la misma manera en que el costo en constancia está sustentado por la esperanza de que si un día no es provechoso, el día siguiente sí lo será, el costo en innovación también está fundamentado en la noción de que cada esfuerzo invertido se hace sobre uno mismo, y que se ve retribuido con el tiempo, tal como si fuese una empresa.

Nosotras cuando llegamos también tenemos que invertir, tenemos que invertir en nuestra belleza, en nuestro maquillaje, en nuestra ropa, en nuestra lencería, entonces todo eso poco a poco se va recuperando, entonces se trata de uno invertir y un ganar como una empresa (Melissa).

Hasta este punto, podemos recoger estos aspectos con el concepto de “costos de manejo de la incertidumbre”. El modelaje webcam es entendido como un oficio en el cual las ganancias no están garantizadas y en el que la suerte articula gran parte de la relación entre las características y acciones de los modelos y sus resultados. Las acciones que los modelos realizan para dilucidar la experiencia de incertidumbre se fundamentan en la elaboración de una creencia mediante la cual

se atribuyen a sí mismos control sobre un resultado que paradójicamente han asumido como impredecible. Esto los lleva a delinear dos grandes ámbitos del desempeño del trabajo en el cual volcar recursos para el manejo de la incertidumbre, sustentados por una responsabilización individual sobre este resultado.

El primero son las horas de transmisión, a través del costo en constancia. El estudio puede motivar este costo, puesto que puede incitar la idea de que más tiempo de trabajo es mejor, o establecer horarios y metas de producción para los modelos. Sin embargo, generalmente se manifiesta en decisiones que los modelos toman por cuenta propia sobre la distribución de sus tiempos para transmitir. En esto se entremezclan creencias sobre lo fácil que es perder usuarios si no se está en línea, o de que más horas de conexión equivalen a más ingresos. Por lo tanto, algunos participantes mencionan que esta forma de manejo de la incertidumbre está marcada por una disposición a establecer regularidad en los horarios y aumentar las horas de conexión (jornadas de 8 a 12 horas diarias). Igualmente, en algunos casos hay participantes que han afirmado que las ganancias dejan de ser una prioridad y empiezan a disminuir el tiempo de trabajo para priorizar el cuidado propio.

El segundo ámbito es el constituido por el personaje y la sala, a través del costo en innovación, entendido como el conjunto de esfuerzos del modelo webcam dirigidos a crear novedad para los usuarios en su sala y nuevos elementos visuales a su personaje con el fin de conservarlos, bajo la creencia de que no ver experiencias nuevas los hace aburrirse. Esto sugiere que el proceso de producción del personaje, al menos desde su dimensión instrumental, es permanente. La sala aparece como un espacio que debe ser sostenido con la innovación constante, lo que a su vez lleva de la mano una renovación permanente del estilo de trabajo. La producción del personaje y la innovación tienen un costo material e inmaterial asumido por los mismos modelos. Esto implica comprar lencería nueva, o ropa, para tener un mayor repertorio de formas de aparecer en la cámara, adquirir juguetes sexuales, decorado, o en adquirir disfraces para encarnar nuevas fantasías. Esto significa que los costos del personaje y de la sala supone un imperativo de inversión constante de tiempo, esfuerzo y dinero en la exploración de nuevas formas de cautivar y conservar usuarios. En resumen, ante la evidencia de que la suerte siempre está presente, sólo se puede responder permanentemente a través de la constancia y la innovación.

### 5.3.3. *Discusión*

Para la discusión sobre los aspectos laborales de la interacción entre modelos y estudios, es necesario resaltar que esta dimensión requiere una mayor investigación y producción investigativa. Teniendo en cuenta el estado del arte, sólo una investigación en Rumania ha establecido como objeto de estudio la relación entre modelos webcam y estudios, y se encuentran conflictos muy similares: el modelo debe elegir entre transmitir en casa e invertir en los elementos tecnológicos que necesita, o puede apostar por un lugar semi-formalizado dedicado exclusivamente a desempeñar el oficio y donde tenga acceso a todos los elementos que necesita para introducirse al mercado de forma competitiva (Vlase & Preoteasa, 2022).

Igualmente, el ejercicio de autoridad, la experiencia de subordinación en cuanto al cumplimiento de horarios y desempeño de métodos es similar a como si se estableciera una relación laboral, pero sin que el empleador tenga que cumplir las obligaciones contractuales de un modelo de trabajo (Vlase & Preoteasa, 2022).

Con respecto a los arreglos laborales en el estudio empleador, es importante destacar que las técnicas fueron aplicadas en el año 2019. Del año 2020 en adelante, la industria webcam colombiana pasa por procesos de crecimiento y formalización que llevan a una mayor atención por parte de la Oficina de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) para la regulación tributaria y fiscalización del ejercicio (Revista Forbes, 2022). No obstante, este aspecto también es importante porque genera un nuevo problema de investigación relacionado con cómo se produce el proceso de formalización del trabajador y la trabajadora webcam y cómo se manifiesta ese proceso en su experiencia personal y en la construcción de su subjetividad.

No obstante, la forma en que estos hallazgos se vinculan al estado del conocimiento sobre el estudio del trabajo es justamente mostrando que el estudio webcam actúa como un micro entorno de gubernamentalidad neoliberal de la misma manera en que las empresas contemporáneas establecen discursos que privilegian la autonomía mientras retiran silenciosamente los sistemas de protección social (Cabanas & Illouz, 2019). El caso es que los estudios webcam, igual que las plataformas de trabajo webcam, aparecen ya en un momento relativamente reciente de la economía neoliberal por lo que, de manera nativa, tienen una manera totalmente diferente de las empresas más antiguas de entender el vínculo entre trabajador-empresa.

Para empezar, no hay vínculo en el sentido clásico y formal del contrato laboral. El modelo es también un cliente del estudio. El estudio puede entenderse como una entidad que presta un servicio para aumentar la competición, pero su dependencia del trabajo de modelos es tanta que necesita establecer un microcampo de direccionamiento de la conducta para reducir la impredecibilidad del comportamiento de estos. Y los elementos de este microcampo justamente apelan a la competencia como norma y al empresario de sí mismo como ideal de ser (Bedoya-Hernández, 2018; Laval & Dardot, 2013)

Si usamos la clasificación de elementos de gubernamentalidad ofrecidos por Nikolas Rose (1996a), la “modelo top” aparece como una teleología, es decir, como un ideal de ser hacia el cual las y los modelos deben dirigirse, una apología a la idea de que invertir muchas horas de trabajo, invertir creatividad y disciplina tiene como objetivo ganancias muy por encima de sus expectativas, y la idea de que se puede establecer un proyecto de vida como modelo webcam y un reconocimiento como actor importante dentro de la industria. En particular, este elemento subjetivante, el papel de *la modelo top* como ideal de subjetivación (derivada, por supuesto, del empresario de sí mismo),

El problema para el trabajador es que la expectativa promovida por el estudio es poco realista. No sólo hay una gran incertidumbre generalizada con respecto a qué hace que un o una modelo sea exitoso (Caroline menciona incluso que es un asunto de suerte), y no sólo se debe considerar el hecho de que de los miles de streamers que entran a la industria webcam un porcentaje muy bajo llega a niveles altos de ganancias, sino que no todos tienen los medios suficientes para invertir continuamente tiempo, constancia e innovación hasta que puedan tener ingresos estables (Van Doorn & Velthuis, 2018). Es una competencia claramente excluyente para quienes no poseen los recursos para correr con estos costos personales.

Por ello, los modelos entrevistados ejercen una resistencia ante esta lógica subjetivante, al reducir las horas de trabajo y quedarse en un nivel de ganancias que sea cómodo para ellos. El cuerpo también aparece como un foco de resistencia. El cuerpo ya ha sido resignificado por los procesos de reproducción del personaje webcam y por las nuevas rutinas establecidas en torno al cuidado del propio capital sexual, una noción de bienestar psicológico que se desea conservar. Y que, aunque el querer ser deseable para el mercado opera como motivante para mantener ese capital, este carácter mercantil tiene un límite. Es decir, aquí se ve un fenómeno complejo que es el conflicto entre diversos elementos del panorama de subjetivación: por un lado, una idea de autocuidado con elementos de la salud mental positiva como ideal subjetivante, pero por otro lado,

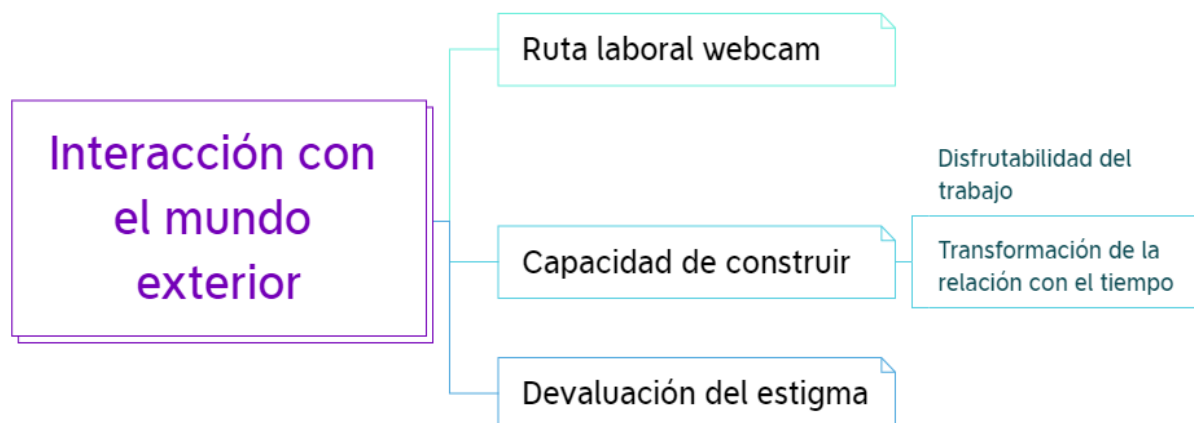
la idea de empresario de sí mismo, de rendimiento ilimitado, que es percibido por los participantes como algo que puede ser amenazante para la propia salud mental. En sí, aquí la resistencia es escoger un modo de subjetivación neoliberal frente al otro.

#### 5.4. Interacción con el mundo exterior: negociación del estigma

Agrupamos en esta categoría aquellos aspectos que están más relacionados con la forma en que la/el modelo se relaciona con sus otros significativos y con la sociedad en general y que se transforman por el hecho de desempeñarse en el trabajo webcam. Esto constituye un subsistema categorial mucho menos denso, pero que describe aspectos pertinentes para comprender la cuestión laboral en el modelaje webcam.

#### Figura 9

*Sistema de subcategorías Interacción con el mundo exterior*



En esta buscamos describir tres aspectos:

- a. Las condiciones económicas y laborales que parecen caracterizar los procesos de entrada al modelaje webcam y que actúan como motivación para iniciarse en él.
- b. La forma como el modelaje webcam se convierte en un atributo valorado por los modelos que replantea sus dinámicas de consumo y ahorro, y el establecimiento de proyectos a largo plazo.

- c. Las presiones y renegociaciones que se dan en el campo de sus relaciones significativas por el hecho de ser modelos webcam.

#### ***5.4.1. Cómo y por qué se llega al modelaje webcam: ruta laboral webcam***

Con ruta laboral webcam proponemos un concepto que busca identificar si se puede establecer un conjunto de características que explique qué tipo de personas y en qué condiciones o bajo qué motivaciones escogen el modelaje webcam.

En los participantes, la vida anterior al modelaje webcam está marcada por dos condiciones. Ser jóvenes (sus edades están entre 18 y 24 años) y estar en condiciones socioeconómicas inferiores a sus necesidades percibidas. Estas se caracterizan, en primer lugar, por necesidades urgentes o insuficiencia del dinero que ganan para mantener cierto estilo de vida. Los participantes viven, en su mayoría, solos, por lo que sus gastos recaen sobre ellos exclusivamente. Y, en segundo lugar, insatisfacción con las condiciones laborales de los trabajos que han tenido antes del modelaje webcam, oficios exigentes para la poca cantidad de dinero que reciben por desempeñarlos. En los relatos se puede ver que comparan constantemente su situación actual con la anterior.

Me aburrí de trabajar con gente directa porque no me gusta casi estar ahí con las diferentes personalidades de la gente, entonces dije que ya no más y me cansé de ganar un mínimo, entonces empecé a buscar por otros lados y terminé acá (Ana María).

Aunque la publicidad que ven en redes sociales sobre ofertas de trabajo webcam genera expectativas de ganar quincenas de tres o cuatro millones sin mucho esfuerzo, algunos afirman que se animan a intentarlo por sugerencia de personas cercanas. Al principio experimentan muchas reservas por las ideas reprobatorias sobre el oficio, pero amistades o familiares que ya trabajan en la industria les animan para tomar la decisión. Para Melissa:

Tenía idea porque teníamos una prima dentro de la familia que ya conocía del tema, pero ya trabajaba desde su casa y no hablaba mucho referente a lo que hacía, sabíamos, pero yo la verdad no entraba en detalles, ella fue la que me llevó al lugar donde yo trabajé la primera vez (Melissa).

Las condiciones anteriores al modelaje webcam también se pueden delinear por cómo perciben los oficios que han desempeñado antes. Nuestros participantes, antes de entrar al modelaje webcam, han pasado por empleos en call centers, o atendiendo clientes para grandes empresas de almacenes y restaurantes, como dependientes o meseros/as, o haciendo trabajos variados de nivel operativo.

Call Centers, vendí zapatos, fui mesera, fui lavaplatos. Era la patinadora de las bodegas del parque. Patinar es como llevar la mercancía de una bodega a un almacén. Fui docente de teatro. Estuve trabajando en radio (Caroline).

Antes de ser modelo webcam fui vendedora en almacenes, llegué a trabajar para empresas textiles, ayudando a pulir, haciendo muchas cosas, realmente era una de todito como decimos acá, trabajaba en lo que hubiera, en lo que pudiera (Melissa).

Además, en el estudio donde Melissa ejerce funciones de monitora a tiempo parcial, también expresa que trabajan modelos que anteriormente vivían del trabajo sexual: “las modelos que tenemos generalmente en el estudio son chicas que vienen de trabajar como prepagos, que trabajaban en clubs nocturnos y quieren salir del mundo” (Melissa).

Caroline, Ana María y Melissa tienen formación profesional y técnica, y perciben que hay un ir y venir entre el modelaje webcam y otros mercados laborales, tanto en trabajos de servicios como otros trabajos que requieren mayor calificación. Predomina la percepción de que hay pocas oportunidades laborales con la misma autonomía o nivel de ingresos que el modelaje webcam y que siempre se regresa a este.

Tomé la decisión de terminar una carrera que quería estudiar, la terminé, la estudié, la posibilidad laboral no la tuve lamentablemente por la economía en Colombia, te piden mucha experiencia y no nos brindan oportunidades, entonces yo dije, “me gusta el trabajo, volvamos” (Melissa).

En nuestros participantes se encuentra una regularidad que recogemos con el concepto de “ruta laboral webcam”. Con este buscamos designar no sólo lo que es consistente sobre los trabajos que han desempeñado anteriormente, sino también qué condiciones económicas y sociales

representan para ellos y en qué términos los comparan con su oficio actual. En suma, expresan que el modelaje webcam les ofrece mejores condiciones que los trabajos de la ruta laboral webcam, por heterogéneos que estos sean. Son entendidos por los participantes como ocupaciones que “toca hacer” debido a la falta de oportunidades laborales y que buscan abandonar a cambio de mejores condiciones. Suelen ser trabajos emocionales dentro del sector servicios, pero no se reducen a ellos, e involucran atención directa a clientes o comercio a diferentes niveles. A esto se suman las grandes similitudes que perciben entre esta clase de trabajos y el actual, en especial en las actividades de entretener, atender personas y vender.

El servicio al cliente es muy parecido. Básicamente, Yo que estuve en un call center, a mí me tocó atender con todo tipo de personas en un call center, y asimismo es acá (Sara).

Esto es solamente un trabajo, igual a ser auxiliar contable, igual a ser una auxiliar administrativa, igual a vender en un almacén, en donde lo único que estás vendiendo es entretenimiento virtual (Melissa).

Esto nos permite concluir que la escogencia del modelaje webcam como forma de trabajo está marcada por el deseo de un cambio en las condiciones de vida, por insatisfacción de algún tipo con los trabajos anteriores. A juzgar por nuestros participantes, quienes escogen este oficio son personas jóvenes que viven solas y sienten que sus ingresos son insuficientes para sostener sus gastos. Aunque perciben que en Internet hay cada vez más publicidad atrayente para la gente joven, son los familiares y amigos que ya están inmersos en la industria quienes los enlazan al trabajo. Los trabajos pre-webcam son heterogéneos (incluyen call centers, ventas y trabajo sexual) y comparten a menudo el carácter relacional y centrado sobre la autorregulación de las experiencias y expresiones emocionales que también tiene el trabajo webcam, aunque los participantes perciben que éste ofrece mejores condiciones que aquellos.

#### ***5.4.2. Estabilidad y apertura al futuro: Capacidad de construir.***

Con capacidad de construir buscamos describir la forma en que la diferencia en el ingreso y el incremento de la autonomía percibida en el modelaje webcam contrasta para los participantes con la experiencia atribuible a los empleos anteriores. Principalmente, la capacidad de construir tiene dos aspectos: la preferencia por el trabajo, y la transformación de la relación con el tiempo.



El modelaje webcam es entendido por ellos como un trabajo entretenido y disfrutable, incluso cuando es percibido como desgastante y requiere una permanente autorregulación de las experiencias y expresiones emocionales. Sin embargo, lo ven como un trabajo laxo con mucha autonomía y menor carga de estrés que los trabajos pre-webcam. Es claro que, debido a la fluctuación del ingreso, uno de los escenarios emocionales que caracterizan el trabajo es, efectivamente, el de la incertidumbre de las ganancias, pero en palabras de Charles y Caroline, la tensión experimentada es mitigada por la autonomía del trabajo webcam y lo hace preferible a otros trabajos:

Estrés cuando me va mal, pero no es como un estrés constante todos los días en el trabajo. Como muchas veces cuando me va mal puedo hacer algo al respecto porque el trabajo es muy laxo. Entonces puedo hacer algo al respecto, doblar turnos, trabajar más tiempo, en muchos otros trabajos eso no lo permiten (Charles).

Uno de los cambios significativos entre el paso de trabajos pre-webcam al modelaje webcam es la facilidad adquirida para “darse gusto” en cosas en las que antes no podían. Esto implica compra de objetos, ropa y alimentos. Es usual, al principio, experimentar que nunca se había tenido tanto dinero y los primeros meses están marcados por gastos que ellos consideran exagerados. Ana María cuenta, por ejemplo:

Sí, uno madura mucho. Y en cuestión de la economía. Ayuda, porque no vamos a decir que no ganamos bien, porque sí ganamos bien, no la millonada, pero ganamos bien. A mí me ayudó a tener cierta estabilidad. Entonces, yo, yo sí, obviamente uno entre más gana más gasta. Eso es una realidad. Pero uno qué hace. Por ejemplo, yo me, empecé a ver, cuando empecé a ganar bastante, me empecé a malgastar demasiado, pero llega un punto en que tú dices “Ya conseguí todo lo que quería, vamos a empezar a ahorrar” y empieza a ver que podía haber empezado a ahorrar desde el principio (Ana María).

Ellos explican el gasto desmedido de los primeros meses como resultado de que la experiencia viviendo de trabajos en la economía de servicios les es limitada y frustrante. Pero

luego, dado que los ingresos son fluctuantes y que los meses siguientes pueden ser difíciles, los participantes en concreto relatan haber empezado a adoptar estrategias para ejercer un control sobre el uso del dinero, incorporando prácticas como ahorro o presupuestos, productos bancarios como cuentas y tarjetas. Sin embargo, esto varía mucho de modelo a modelo. Se da el caso de modelos que nunca se establecen límites en sus gastos o que nunca ahorran.

Hasta aquí hay elementos para pensar que la transformación de los ingresos viene con un sentido mayor de planeación a futuro que proviene con la elaboración de nuevos proyectos basados en el ahorro. Teniendo en cuenta que en el modelaje webcam no se ofrece generalmente afiliación a seguridad social, asegurar el futuro recae sobre el trabajador, de manera que la gestión del dinero propio adquiere una importancia ligada a su porvenir e independencia.

Me empecé a organizar mucho económicamente y a ver más a futuro. Y uno dice bueno, pues, si soy pues en ese sentido independiente, que voy a tener, porque entonces, si yo no paso unas pensiones ni nada de eso entonces yo qué tengo más adelante. Entonces uno empieza a ahorrar, a mirar bueno puedo comprar un apartamento, dos apartamentos, los alquilo y empiezo como a organizar en ese sentido (Ana María).

La palabra “estabilidad” aparece con cierta regularidad al hablar de su situación actual. La comparación que establecen ante los trabajos pre-webcam va mucho más allá de las dinámicas de consumo y ahorro. Perciben que su vida antes no sólo estaba marcada por restricciones para darse gusto, sino por una experiencia general de inestabilidad. Consideran que el modelaje webcam les “cambia la vida”, genera en ellos un sentido de estabilidad que se adhiere a su búsqueda de independencia.

Lo que siento que más me ha cambiado la vida desde que soy modelo webcam es que yo siento que tengo algo sobre lo que construir. Yo llevo cuatro años viviendo sólo, sin vivir en la casa de mis papás y he trabajado en muchas cosas y eran trabajos, digamos, “estables”. Porque ganaba cada 15 días lo mismo, pero nunca tuve como unas bases, como unos cimientos sobre los que construir y siento que acá ya he logrado algo (Charles).

Hasta aquí se puede puntualizar que el trabajo webcam aporta a la generación de una capacidad de construir porque transforma desde lo económico la relación con el tiempo. La inestabilidad laboral, el bajo ingreso asociado a unos patrones presentistas en la vivencia de lo financiero, los gastos desmedidos y hedónicos orientados a la satisfacción momentánea se transforman hacia una planificación del futuro, hacia la producción de proyectos que ahora se ven viables.

Sin embargo, esto no significa que deje de ser un trabajo temporal para muchos. Tomar el modelaje webcam como proyecto de vida de por sí no es frecuente. A menudo se lo toma como un trabajo temporal que da lugar a la materialización de proyectos como emprender o estudiar, y ofrece la autonomía de poder abandonarlo en el momento en que se desee.

Yo quiero montar mi propia empresa más adelante, o sea yo no quiero trabajar toda la vida en esto, yo quiero llegar a un punto en que esto me deje a mí una empresa que yo pueda dejar trabajando a gente, que yo ya no tenga que trabajar (Ana María).

A pesar de que yo tengo una profesión y que yo tengo esas otras entradas económicas que en cualquier momento las puedo volver a tomar, yo siento que este trabajo no se compara con nada (Caroline).

Sólo Caroline y Melissa han expresado la intención de asumir el modelaje webcam como proyecto de vida. Melissa considera que es muy importante llegar a ser una “modelo top”, término que se usa para hablar de una modelo altamente profesionalizada en la industria con reconocimiento global y ganancias mucho mayores a trabajadoras webcam promedio.

Yo creo que todas nos mentalizamos a ser unas modelos top, como es la palabra, modelos reconocidas dentro de la página, modelos que facturan económicamente muy bien, personas que con ese trabajo se compran su apartamento, se compran su carro y realmente a futuro lo que yo veo es una estabilidad económica, una estabilidad familiar, que es lo que quiero brindarle a mi familia, brindarle estabilidad, entonces por eso lo veo a largo plazo y a un futuro (Melissa).

Caroline, por su parte, empieza a desempeñar el oficio en lugares de trabajo en los que aprende lo que considera necesario y tiene malas experiencias. Después de estos aprendizajes, establece su propio estudio webcam en el que busca ofrecer a otros modelos el soporte y apoyo personal que considera no haber recibido en otros estudios, buscando ejercer un impacto sobre la industria. La forma como el modelaje webcam se incorpora a la ruta sociolaboral de los participantes la podemos agrupar con el concepto “capacidad de construir”. Los trabajos anteriores marcan para ellos períodos de grandes limitaciones en el consumo, en el sostenimiento de su estilo de vida independiente y en el establecimiento de planes para el futuro. Frente a esto, la experiencia de trabajar en modelaje webcam está marcada por un sentido de disfrute del trabajo, de estabilidad y acceso a bienes y servicios, y por la implementación de prácticas de ahorro que consideran un indicador de madurez. Es decir, la limitada experiencia del presente empieza a incorporar un sentido de “ver a futuro”.

La diferencia en el sentido de estabilidad frente a las condiciones representadas por los trabajos pre-webcam es tan marcada que algunos perciben que el trabajo “cambia” sus vidas. En algunos casos, esta capacidad de construir se expresa en pensar en proyectos como estudios universitarios o emprendimientos, pero también en buscar crear un proyecto de vida laboral a largo plazo dentro de la industria webcam.

#### ***5.4.3. El problema es si la gente está dispuesta a aceptarlo: devaluación del estigma***

Por devaluación del estigma queremos acentuar conceptualmente el proceso a través del cual perciben que en su entorno se presentan prácticas discriminatorias hacia su actividad, pero también el conjunto de maneras a través de las cuales enfrentan los impactos personales de estas prácticas. Los participantes perciben que en sus entornos sociales el modelaje webcam es objeto de las mismas ideas discriminatorias que otras formas de trabajo sexual. Sin embargo, la forma como los participantes se sitúan frente a tales ideas también es modificada por el desarrollo de la capacidad de construir.

De acuerdo con los relatos, la idea socialmente extendida sobre el modelaje webcam es que es un trabajo en que se gana mucho dinero de manera fácil y que es como ser una prostituta en el mundo virtual. Sus propios temores y reservas iniciales provienen de esa percepción. Debido a esto, al principio suelen abstenerse de hablar con otros sobre su trabajo para evitar ser señalados o

excluidos. Esto tiene un impacto sobre cómo mantienen o establecen relaciones sociales significativas. Trabajar como modelos webcam les ha obligado a distanciarse de amistades o tratar de forma diferente las relaciones de pareja. Es predominante para los participantes sentir, en mayor o menor medida, que se les percibe de forma distinta por el hecho de ser modelo webcam. Sara, por ejemplo, percibe que hay una sexualización de su imagen ante sus relaciones sociales:

Yo perdí a mi mejor amiga porque se puso a contar que yo era modelo. Perdí varias personas que tienen estigmas de que, cómo te digo, a uno lo ven como una puta. Entonces, me ha pasado que muchos hombres que uno cree que eran solamente parceros empiezan como a mirarlo a uno diferente porque creen que como uno es modelo se lo va a dar a cualquiera. [...] O sea, por ejemplo, me preguntan “¿En qué trabajas?” yo solamente les respondo como “no, nada relevante, dejémoslo así”. Y la gente no pregunta más, y ya (Sara).

Esto tiene matices diferenciales respecto del género, pues el peso de esta sexualización es más agresivo sobre las mujeres que sobre los hombres. Las mujeres tienen una presión mayor a mantener ocultamiento sobre el oficio, mientras que para los hombres parece más algo curioso en su entorno social. Se puede notar, para Charles, que:

Entre parceros, entre parceros nos decimos como que, ah, parece, yo soy modelo webcam: “ah, ir a hacerte pajas, ja, ja, ja”, en cambio si una mujer le dice a un hombre: “yo soy modelo webcam”, el hombre no reacciona de la mejor forma o las mujeres tampoco, como que se dicen entre ellas: “hm”, “es que es modelo webcam”, entonces ahí mismo la tachan de perra (Charles).

Mientras tanto, Ana María relata que, así como afecta las dinámicas normales mediante las que se interactúa con amistades, el proceso de establecer nuevas relaciones sentimentales también se ve marcado por estos juicios, en particular, por la creencia de que ganan dinero fácilmente.

Y pasó esto, yo conocí a alguien y él no sabía y era super amplio conmigo, nunca me dejaba pagar nada, y le conté que era modelo webcam y ya automáticamente no tenía nunca plata. Era yo la que tenía que pagar todo, entonces por eso es que a mí no me gusta contar ¿por

qué? Porque empiezan “no, esta es rica, me va a mantener” y así no son las cosas. [...] con mis amigas también hay veces pasa que salen y son “Ay vamos a comer algo”, y cuando vamos a comer son esperando a que yo pague. Pasa mucho. De verdad. Pasa demasiado (Ana María).

Sin embargo, es dentro de las familias en las que este aspecto reviste conflictividad, ya que el principal temor de los modelos que empiezan es que sea su familia quien se entere. Anteriormente en los escenarios emocionales mencionamos que uno consistente suele ser la experiencia constante de miedo. Las relaciones familiares están ligadas a este, tal como Caroline relata:

Lo primero que pensaba es “obviamente a mi mamá no le va a gustar”. Ni a mi papá, ni a mis abuelos, ni a nadie le va a gustar esto. No les va a gustar saber que una persona que debió haber estado estudiando, que en este momento debería estar ejerciendo una carrera está trabajando en ese tipo de cosas [...] Que uno como mente abierta, como pues, uno con esa mente abierta pues uno va, el problema es la gente. Yo estoy dispuesta a hacerlo, el problema es si la gente está dispuesta a aceptarlo (Caroline).

Sin embargo, en las familias se encuentra una variabilidad sobre si son capaces de aceptar o tolerar que los participantes tengan el modelaje webcam como forma de trabajo. Hay familias, sin embargo, que expresan apoyo a esta elección, por diversas circunstancias. Dado que las familias tienen diversos miembros, la posición de cada uno de ellos sobre el hecho de que el participante sea modelo webcam es distinto. Por ejemplo, en el caso de Charles, el padre no sabe, no lo aceptaría, y aunque la madre lo sabe y no le parece correcto, le expresa que lo apoya. En el caso de Ana María, actualmente vive sólo con hermanos, de los cuales todos conocen en qué trabaja excepto el mayor, de quien teme recibir un sermón por ese hecho dado que es muy religioso.

Algunos y algunas modelos son independientes y viven solos/as, pero mantienen relaciones cercanas con sus familias. Sin embargo, también hay modelos que inicialmente vivían con sus familias y ya no. En el caso de Caroline, el descubrimiento de que era modelo webcam marcó su salida del hogar familiar.

Me salí de ese estudio, por cuestiones familiares. Mi familia se dio cuenta. A mi mamá no le gustó para absolutamente nada. Luego me fui de la casa y volví, no a ese estudio sino a otro acá cercano. Cercano, pues, a mi lugar de residencia en ese momento (Caroline).

El carácter de los trabajos pre-webcam también puede añadir variabilidad a ese aspecto. Melissa menciona que, para las modelos del estudio donde es monitorea, dado que sus compañeras vienen de realizar trabajo sexual convencional, sus madres apoyan esta elección.

Son chicas que vienen de trabajar de clubes nocturnos, vienen de trabajar como prepagos, como scorts, entonces las mamás están digamos más contentas con el hecho de que ellas están haciendo un trabajo virtual y que no están expuestas con hombres, todos los días, todas las noches, entonces ellas tienen ese apoyo de parte de la familia [...]. Sí, generalmente la familia es la primera que uno no quiere que se dé cuenta (Melissa).

El concepto de devaluación del estigma requiere preguntarse, entonces, cuáles son las manifestaciones de esta categorización social estigmatizante. A este respecto, los participantes vivencian principalmente tres efectos que ser modelo webcam tiene sobre sus relaciones sociales significativas. En primer lugar, se perciben como objeto de juicios sociales y de una sexualización de las relaciones cercanas. En segundo lugar, sus relaciones cercanas les perciben como personas que ganan mucho dinero, lo que afecta las dinámicas normales con sus amistades y sus relaciones sentimentales. En tercer lugar, el aspecto más complejo parece ser el relacionado con las relaciones familiares, en las que parece darse un amplio espectro que varía entre la reprobación y rechazo al modelo, y el apoyo pleno. Esto debe entenderse teniendo en cuenta que nuestros participantes actualmente viven fuera de la casa de sus familias, hecho que algunas veces es preexistente a su entrada al modelaje webcam y que otras es una consecuencia de ello.

La capacidad de construir hace, sin embargo, que los participantes se sitúen de una forma muy distinta frente al deterioro de la imagen social, en especial en lo que corresponde a los vínculos familiares. Los anteriores elementos, la forma como se ubican frente a las condiciones representadas por los trabajos pre-webcam y el cómo incorporan sus nuevas condiciones a su ruta sociolaboral permite que interpreten de un modo distinto la aceptación del trabajo en su mundo de relaciones sociales.

Empecé a aceptar todo, empecé a aceptar y decir: “si esto a mí me está dando para salir adelante, me está dando algo que no me estaba dando otro trabajo, me está dando cierta estabilidad emocional, laboral, todo y me está ayudando aceptarme a mí tal como soy ¿porque tengo que ocultarlo? ¿Porque tengo que tener miedo de que la gente se entere? Cada quién decide qué hacer con su vida, y si ellos no quieren hacer también, que no me acepten, que se hagan a un lado (Melissa).

Pero la devaluación del estigma se produce porque se ha desarrollado capacidad de construir. La capacidad de construir se incorpora a su proceso de autorreconocimiento, ser modelo webcam pasa de ser una ocupación socialmente reprobable a ser un atributo que incorporan como pieza clave para el direccionamiento de su propia vida económica y social. En la medida en que este reconocimiento ocurre, para los participantes también empieza a ocurrir un posicionamiento distinto frente a las relaciones familiares. Éstas, que son un aspecto problemático con muchos matices, también se transforma. Al ser personas con una mayor capacidad adquisitiva que antes, pueden sostener un distanciamiento con el núcleo familiar que viene de la mano de una revalorización de las relaciones familiares. Esto, para Caroline se refleja principalmente en una transformación de su relación con su madre.

Y uno dice “Ella en su pensamiento, en sus cosas hizo lo que hizo por ella, por pensar lo mejor para uno, lo mejor para ella misma” yo no la puedo juzgar por eso, y en este momento necesita mi ayuda. Y uno empieza a madurar y uno empieza a darse cuenta de que uno tiene que empezar a valorar mucho las cosas. Uno ve usuarios totalmente solos y uno dice, hijueputa, y yo que tengo mi familia, yo que tengo mi novio, yo que tengo mis amigos, y esa persona está tan sola. Yo lo tengo todo y aun así somos supremamente desagradecidos (Caroline).

El uso del término “madurar” en los relatos de los participantes parece vincular, entonces, tres elementos. La capacidad de construir que desarrollan a través del sentido de estabilidad que les otorga el volumen de sus ganancias, a un reposicionamiento frente a las ideas discriminatorias, y una transformación y revaloración de sus relaciones sociales significativas, en especial familiares.



Para puntualizar, los participantes entran al modelaje webcam percibiendo una serie de juicios y discriminaciones hacia ellos por dedicarse a esta labor. Estos afectan de forma diferenciada a hombres y mujeres, siendo más fuertes sobre estas últimas. Si bien las relaciones familiares suelen ser al principio una fuente ambivalente de reprobación tanto como de apoyo, estas se van transformando a medida que el modelo adquiere independencia. Esta transformación los participantes la entienden en términos de maduración. En ciertos casos, la capacidad de construir se incorpora de forma predominante en la ruta sociolaboral de los participantes, lo que lleva a un posicionamiento distinto frente al deterioro de la imagen social, permitiendo disipar al menos parcialmente la presión de éste. Ejercer el modelaje webcam se convierte en un elemento clave de sus proyectos a futuro y su sentido de bienestar, de modo que este deterioro tiende a perder relevancia para los participantes.

En suma, el modelaje webcam, aun siendo fluctuante, temporal y flexible, con alta exigencia emocional, y con cierta presión por el rendimiento, es preferido por encima de los anteriores. El incremento en los ingresos genera una serie de nuevas prácticas de ahorro y consumo, al igual que cobra mayor importancia la elaboración de planes a futuro. Lo que nuestros participantes entienden como inestabilidad de los trabajos pre-webcam es comprensible también con la precariedad de una movilidad social reducida. Así, el cambio en la movilidad social se puede expresar en el concepto de capacidad de construir.

Pero, además, el sentido de estabilidad les permite confrontar y resignificar la estigmatización de su entorno sobre la ocupación, y esta se incorpora como un elemento importante en cómo los trabajadores se autodefinen. En otras palabras, la experiencia de precariedad es mucho menos marcada en el modelaje webcam que los trabajos que lo anteceden, a su vez que permite una movilidad social mayor que los trabajos disponibles en su entorno inmediato. La capacidad de construir, y la forma en que el trabajo se suma a la forma en que los modelos webcam se presentan ante sus otros significativos, transforman la experiencia presentista de la precariedad en un sentido de estabilidad y posibilita prácticas de planificación de la vida.

#### **5.4.4. *Discusión***

La ruta laboral webcam se puede leer en términos de precarización. Al igual que en otras investigaciones en modelaje webcam, esta ocupación es escogida debido a la necesidad económica de quienes escogen el modelaje webcam conjugada con la baja calidad del empleo, sobre todo en

Rumania (Vlase & Preoteasa, 2022) y en países latinoamericanos como Colombia (Ordúz-Ramos, 2021) y Brasil (Lopes da Silva, 2014; Pereira-Caminhas, 2020). Esto, en cierta medida, coincide con la forma en que, durante los últimos 40 años, se ha producido una intensificación de la brecha entre los salarios de los puestos con mayor calificación y los de aquellos que requieren calificaciones mínimas, aquellos a los que pueden acceder mayormente los jóvenes, y una acentuación de condiciones de vida precaria asociadas a estos estratos menores del mundo del empleo formal e informal (Standing, 2011).

Los trabajos anteriores de la ruta webcam, más que nada vendedores, dependientes, asesores comerciales (a veces, otras formas de trabajo sexual), están en su mayoría dentro del sector terciario, la economía de servicios, que no sólo tiene un crecimiento acelerado en el contexto de la desindustrialización posfordista en América Latina sino que también se convierte en una opción altamente disponible de empleo para los jóvenes (Gómez Vélez, 2014), pero con una alta carga psicológica. En particular, esto sólo permite indicar que el modelaje webcam es escogido como una alternativa a la industria de servicios, en un panorama general de precarización marcado por la falta de oportunidades suficientes y del decremento progresivo de la calidad del empleo.

No obstante, los datos sobre esto son limitados, y sería una adecuada línea de acción investigativa el poder construir sistemas de datos que permitan comprender las variables asociadas a las trayectorias laborales de las personas que adoptan el modelaje webcam como forma de trabajo.

Con respecto a la capacidad de construir, realmente es un argumento a favor de interpelar la asociación que tiende a existir entre precarización del trabajo y plataformas digitales, a la vez que motiva a estudiar el modelaje webcam dentro del ecosistema conformado por la “Gig Economy” (Vlase & Preoteasa, 2022), justamente porque permite un nivel alto de autonomía en el trabajo y un aporte salarial, aunque impredecible, superior a aquellos trabajos que son formales pero temporales y de menor ingreso en las economías de servicios (Rodino-Colocino et al., 2021). Esto, desde una perspectiva sociológica, con el concepto de movilidad social. La movilidad social es la posibilidad que una persona tiene, dentro de una sociedad, de incrementar su capacidad de consumo y acceso a oportunidades a partir de sus propias actividades, de manera que es una variable fundamental para la medición de la equidad económica en una sociedad (Colucci et al., 2012). En cierta medida, incrementar la capacidad de consumo, aun cuando no es una solución total a la experiencia de precarización por parte del individuo webcam, hace que los trabajadores

tengan una percepción de acceso aumentado hacia oportunidades para su propio desarrollo, como emprendimiento o estudios superiores.

Estos hallazgos llevan a interrogar sobre cuáles son las alternativas de trabajo flexible que proveen mejor calidad de vida y cuáles son las características que se pueden promover para que este tenga un efecto deprecarizador. Y, sobre todo, cuáles son las condiciones necesarias para que el desempeño en las economías digitales flexibles y emocionales recuperen para el trabajador la noción de continuidad temporal y narrativa vital coherente que es el principal aspecto amenazado de la experiencia subjetiva del trabajo en el neoliberalismo (Sennet, 2000)

Por último, se puede abordar el amarre conceptual de la devaluación del estigma. Se entiende como estigma a un proceso de categorización social ejercido sobre individuos con alguna característica que motiva a que el grupo dominante o mayoritario ejerza prácticas de rechazo o discriminación sobre ellos, y que produce sentimientos negativos sobre los individuos hacia los que se dirigen (Bos et al., 2013; Goffman, 1970). Esto también se puede leer en términos de prácticas de menosprecio (Honneth, 2011), sin embargo, esto está lejos de ser completamente definitorio para la experiencia de las comunidades estigmatizadas. De acuerdo con Weitzer (2018), la mayoría de los trabajos sexuales están marcados por algún grado de estigmatización en muchas sociedades, pero también las/los trabajadoras/es sexuales establecen métodos para resistir a esta condición. Una de ellas es la negociación del estigma, un proceso de mitigación de las consecuencias personales de esta categorización social.

Actualmente, se sabe que en el trabajo sexual hay dos recursos clave que se utilizan para la negociación del estigma: el primero es mantener una doble vida, lo que implica ocultar tanto como sea posible los aspectos de la identidad relativos al desempeño del trabajo sexual. El segundo es participar de una comunidad de trabajadores sexuales. Esto implica que quien desempeña el modelaje webcam empieza a fortalecer de manera más intensa lazos de amistad con otros modelos webcam (Simpson & Smith, 2020).

Dado que en Colombia este trabajo ha tenido un crecimiento demográfico importante, sería una línea de acción apropiada determinar el papel que tiene el establecimiento de redes personales dentro de la industria sobre los aspectos subjetivos del trabajo. La evidencia tiende a mostrarlo y estudiarlo como un trabajo muy individualizado en el que se observa una ausencia de datos sobre la relación entre modelos webcam-comunidad webcam (Jones, 2020; Vlase & Preoteasa, 2022).

---

Pero esta investigación muestra que la negociación del estigma tiene una dimensión más: modelos webcam revalorizan el estigma, la carga estigmatizante pierde relevancia al sopesar cómo el trabajo, pese a ser inestable, sigue proveyendo una estabilidad mayor que los trabajos anteriores en su ruta, y contribuye a mitigar la experiencia general de precarización vital y laboral, y, sobre todo, el papel que tienen los vínculos significativos como familia y amigos en la mitigación de la experiencia precarizante. De esta manera, se puede entender que la negociación del estigma es un fenómeno más complejo en el trabajo sexual, dado que el éxito laboral, la capacidad de aportar positivamente a los usuarios, a encontrar un lugar en los intercambios del mercado, a la propia familia y a poder adelantar proyectos de vida, se puede analizar en términos de prácticas por el reconocimiento. De acuerdo con Honneth, estos aspectos hacen parte de la tercera esfera, que es la solidaridad, la cual genera un modo de relacionamiento consigo mismo que es el reconocimiento de esta importancia, de tener capacidades valiosas, en términos de autoestima (1997). Esto parece tener un efecto protector frente a la experiencia del estigma. Aunque en este trabajo no se tienen elementos suficientes para abordar la relación menosprecio-lucha por el reconocimiento en el modelaje webcam, esto se sugiere como una futura línea de acción en futuros abordajes de los aspectos laborales y subjetivos de este oficio.

## 6. Conclusiones

El presente trabajo tuvo como objetivo el describir las formas de articulación entre emociones, trabajo y subjetividad en modelos webcam de la ciudad de Medellín. A través de las sucesivas iteraciones, el proceso analítico corrió paralelo a un referente teórico integral que incluye la corriente constructivista sobre las emociones, la hipótesis de la mercantilización de las emociones en el capitalismo tardío, el trabajo emocional, las transformaciones neoliberales de los mercados del trabajo y la producción de subjetividad desde los conceptos de subjetivación y gubernamentalidad. A esto se añadió como categoría analítica el cuerpo, el cual es entendido por la sociología del cuerpo uno de los principales focos de racionalización moderna, y hacia el que se vuelca una diversidad considerable de disciplinas de control articuladas prescriptiva y discursivamente.

Teniendo en cuenta estas bases teóricas, el modelaje webcam se escoge como una ocupación de interés investigativo puesto que ocupa un lugar privilegiado para la comprensión de estas transformaciones sociales, en la medida en que confluyen en su surgimiento y en la experiencia de sus trabajadores y trabajadoras varios elementos. Uno de ellos es el constituido por las transformaciones macrosociales del trabajo, la flexibilización laboral y la intermediación creciente de las plataformas digitales, que crean las condiciones para la emergencia de formas laborales altamente flexibles, deslocalizadas y desreguladas.

Los presentes hallazgos permitieron organizar los relatos y desarrollar la producción de conceptos a lo largo de cuatro entornos de interacción: la interacción con los usuarios, la interacción del o la modelo webcam consigo misma/o, la interacción conflictiva de este frente a la normatividad desvinculante esgrimida por los estudios, y la interacción con sus grupos de referencia ajenos a la ocupación.

Con respecto al problema de las emociones en el modelaje webcam, este trabajo tiene una limitación y un posible aporte al estado del conocimiento. La limitación proviene de la gran diversidad de léxicos encontrados referidos cercana o lejanamente, explícita o implícitamente a la valoración emocional de casi todos los objetos hacia los que se elaboran significados. Esto llevó a sentar un énfasis sobre aquella área sobre la que se encontraron patrones identificables que es la interacción con los usuarios. En especial porque este entorno de interacción es el que más demanda

un trabajo constante sobre direccionar las propias experiencias emocionales a unas que sean funcionales al objetivo de producir otras sobre el consumidor.

Realmente no hay algo “singular” o diferenciador con respecto a qué emociones son experimentadas por modelos webcam a partir del trabajo, o cuanto menos, no hay elementos suficientes para establecer generalidades. Los escenarios emocionales de inicio, que los participantes identifican con desorientación, nervios o miedo, pueden presentarse en otras ocupaciones cuya producción de valor simbólico y de uso se base en la naturaleza de una interacción social (docentes, psicólogos, personal de cuidado en salud, empleados de servicio al cliente, líderes corporativos). Igualmente, la experiencia de disfrute del trabajo, basada en la calidad de las relaciones establecidas con los consumidores, tampoco es específica de este, puesto que de entre todos los trabajadores y trabajadoras cuyo puesto de trabajo se basa en la autorregulación de las expresiones emocionales, cuando esta se realiza en la modalidad de actuación profunda se puede derivar esa misma experiencia de disfrute.

Si hay algo que distancia este trabajo de otros estudios orientados a la experiencia de los trabajadores emocionales es en que intenta ubicar la autorregulación de las emociones sobre capacidades psicológicas que se convierten en altamente relevantes en roles y entornos posibilitados por el desarrollo histórico de la producción capitalista. Intenta ubicar de qué manera la transformación de unos modos de producción industrial a otros cada vez más abstractos, que insertan las emociones en la esfera del intercambio mercantil, suponen nuevas demandas sobre los trabajadores involucrados en la producción de las mercancías emocionales o *emodities*.

El problema del trabajo flexible está determinado por el carácter digital de las plataformas, pero también por los intentos regulatorios de los estudios webcam. El *camming* es, por un lado, una industria organizada de producción y comercialización de experiencias emocionales que funciona con base en plataformas digitales. Y estas cumplen el papel de una infraestructura a través de la cual el usuario consume tales experiencias, pero también se configura un entorno controlado para los trabajadores y trabajadoras webcam.

El modelaje webcam, al desempeñarse exclusivamente a través de plataformas digitales es el arquetipo de un modo de vinculación laboral, en que un actor con una infraestructura tecnológica global conecta de manera eficiente una oferta con una demanda para un servicio específico entre una amplia variedad, y define de manera unilateral las reglas de todos los intercambios y acuerdos, sustrayéndose de responsabilidades contractuales hacia el trabajador (entendido como proveedor)

que serían esperables en relaciones formalizadas de trabajo. Las plataformas webcam definen reglas de competición que crean un entorno que incita a quienes lo usan a percibir que el trabajo que desempeñan es más un proyecto empresarial propio que una actividad subordinada. Esto motiva la inversión de esfuerzos propios por la producción de su imagen digital, la compra de implementos, vestimenta y herramientas, la permanente preocupación por la innovación y la puesta en juego de horas de trabajo. La flexibilidad relacionada con el tiempo de trabajo permite que haya trabajadores y trabajadoras que disponen de pocas horas para dedicar al trabajo, de la misma manera que quienes invierten muchas más horas que las jornadas laborales de otros oficios.

En términos de análisis de la cuestión laboral, esta investigación intenta ocupar un vacío presente en otros abordajes sobre modelaje webcam al contextualizar esta ocupación en las transformaciones globales del trabajo. El modelaje webcam es aquí considerado uno de los trabajos digitales mediados por plataformas y, como tal, permite entender la cuestión laboral del trabajador digital, la disposición de asimetría creciente entre individuos que trabajan y actores económicos que organizan su fuerza de trabajo y se benefician de ella. E incluso, puede ofrecer pistas para entender lo que vive el trabajador en el proceso sucesivo de digitalización del trabajo en lo que corresponde a los límites entre sí mismo y las demandas de la ocupación.

El problema de la producción de subjetividad deriva de la disposición digital del trabajo, y se entremezcla con la renovación de modos de percibir e intervenir el propio cuerpo, pero también de construir un relato biográfico proyectado al futuro. Esto hace por la naturaleza de las relaciones de poder que se establecen en ella y los arreglos laborales derivados su naturaleza digital y flexible, constituye un entorno favorable para la difusión de ciertos ensamblajes discursivos asociados con la racionalidad neoliberal, tales como la identificación con el emprendimiento (que comprende la normalización del riesgo y la innovación), la valoración de la autenticidad como forma de ser, e ideales de bienestar psicológico y salud mental característicos de una cultura derivada de las psicoindustrias. Igualmente, sobresale la forma en que reinterpretan la posición estigmatizante de su núcleo familiar, de amistades o instituciones a partir de priorizar la significatividad que desempeñar modelaje webcam tiene sobre el mejoramiento de sus condiciones materiales de vida.

Evidentemente hay áreas sobre las cuales se sugiere profundizar. Desde este estudio se reconoce el papel descriptivo de los hallazgos y todos ellos (las prácticas de producción y reproducción del personaje, por ejemplo), pueden ser profundizados con nuevos muestreos. Es posible que puestos de trabajo dentro de industrias productoras de experiencias emocionales, o que

ejerzan algún tipo de trabajo emocional (“emotion work”), deriven otros tipos de estrategias. Lo que nuestro trabajo sugiere es que, aparte de la actuación superficial o profunda para la gestión de las emociones, la constante interacción con un consumidor que demanda una experiencia desde la relación que tiene con el trabajador lleva también a problematizar para los trabajadores y trabajadoras el cómo moldear su apariencia en una negociación entre sus deseos personales y lo que creen que el otro espera de ellos. Y en este moldeamiento intervienen las disciplinas neoliberales sobre el cuerpo, los esfuerzos por conservarlo saludable y bello que giran alrededor de una ética, de un ideal de salud que se entrelaza con el de productividad, y que a su vez se combina con un arquetipo de cómo debería ser un trabajador o trabajadora ejemplar en esa ocupación y qué se debe hacer para llegar a ese punto. Se puede barajar la hipótesis de si estas prácticas hacia sí son compartidas con otros trabajos emocionales (“emotion labor”), como maneras de intentar mantener una disposición constante de sus recursos psicológico-corporales para el desempeño de las tareas.

Siguiendo con las posibles líneas de continuidad, es necesario aclarar que el estudio intencionalmente, de entre todas las perspectivas posibles, no adoptó un enfoque de género aun cuando esto fue una posibilidad inicial en su formulación. Esto, debido a la necesidad de elegir una focalización fenoménica y conceptual que hiciera del proyecto una empresa viable. No obstante, consideramos importante el enfoque para comprender aspectos intrínsecos al modelaje webcam.

Obviando temáticas largamente abordadas por los estudios de género como las relaciones de poder patriarcales presentes en los ideales femeninos de belleza, los resultados sí permiten vislumbrar un aspecto clave que puede ser examinados por su diferencialidad de género. Se trata de la diferencia entre la sanción social sobre el oficio al ser hombre o mujer. Una dimensión sugerida para su profundización es el modo en que los núcleos familiares de los y las trabajadoras de esta industria reproducen esta sanción social de distintas maneras, mayoritariamente más favorables para los hombres en comparación con las mujeres, llevando a diferentes formas de conflictividad que se podrían distinguir con respecto a construcciones históricas sobre el género.

Ahora bien, con respecto a la estigmatización, los modos en que los participantes restan importancia a la experiencia de estigmatización recibida en sus grupos de referencia externos a su trabajo pueden añadirse a aquellas formas de negociación del estigma que se producen en quienes desempeñan otros trabajos sexuales, como el llevar una doble vida donde el rol de trabajador o trabajadora sexual está oculta frente al resto de roles adoptados, o el sostenerse en una comunidad



de amistades que comparten las mismas experiencias ligadas al trabajo. Otra dimensión abordable para el análisis es el papel protector que puede suponer el contar con estas relaciones de apoyo por parte de pares en el marco de la misma ocupación. Ciertamente, la novedad de esta ocupación, en constante transformación, no se agota en los aspectos descritos, y los hallazgos pueden llevar a importantes aspectos a considerar en el desarrollo de la cuestión laboral de los trabajadores emocionales y el trabajo digital de plataformas.

## Referencias

- Alaluf, Y. B. (2019). «Todo incluido, menos el estrés»: La producción de relax en sedes del Club Med junto al mar. En E. Illouz (Ed.), *Capitalismo, consumo y autenticidad: Las emociones como mercancía*. (pp. 45-74). Katz.
- Alonso-Benito, L. E., & Fernández-Rodríguez, C. J. (2020). Capitalismo y personalidad: Consideraciones sobre los discursos empresariales de la rentabilización del yo a través de la marca personal. *Política y Sociedad*, 57(2), 521-541.
- American Psychological Association. (2021). *Manual de Publicaciones de la American Psychological Association*. Manual Moderno.
- Arango-Tobón, M., & Bedoya-Hernández, M. H. (2021). Hacia una lucha política positiva. Política desde la condición precaria. *Entramado*, 17(1), 70-83.
- Arboleda Gómez, R. (2008). La dietética, un dispositivo biopolítico para el control del cuerpo. *Nutrición Humana*, 31-40. <https://doi.org/10.17533/udea.penh.337452>
- Ardila-Suárez, E. E., & Rueda-Arenas, J. F. (2013). La saturación teórica en la teoría fundamentada: Su de-limitación en el análisis de trayectorias de vida de víctimas del desplazamiento forzado en Colombia. *Revista Colombiana de Sociología*, 36(2), 93-114.
- Atzeni, M. (2014). La globalización neoliberal. Perspectivas interdisciplinarias sobre el trabajo y la acción colectiva. En R. Barragán & P. Uriona, *Mundos de Trabajo en Transformación: Entre lo local y lo global*. (pp. 115-132). CIDES-UMSA.
- Bauman, Z. (2015a). *Modernidad Líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2015b). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Editorial Gedisa.
- Becker, H. S. (2009). *Trucos del oficio: Cómo conducir su investigación en ciencias sociales*. Siglo XXI.
- Bedoya-Hernández, M. H. (2018). *La gestión de sí mismo. Ética y subjetivación en el neoliberalismo*. Universidad de Antioquia.
- Bendini, M., Radonich, M., & Steimbregger, N. (2012). Mundos migratorios: Periplos en los ciclos de vida y de trabajo. *Trabajo y sociedad: Indagaciones sobre el empleo, la cultura y las prácticas políticas en sociedades segmentadas*, 18, 2.
- Bericat, E. (2000). La sociología de la emoción y la emoción en la sociología. *Papers: revista de sociología*, 62, 0145-0176.
- Bernstein, E. (2007). *Temporarily yours: Intimacy, authenticity, and the commerce of sex*. University of Chicago Press.
- Biset, E. (2015). Introducción. En E. Biset, F. Chávez-Solca, R. Farrán, D. Groisman, C. Juaneda, N. Lorio, N. Martínez-Prado, M. Moyano, J. M. Reynares, A. Romero, S. Soria, & M. Vargas (Eds.), *Sujeto: Una categoría en disputa* (pp. 9-20). La Cebra.
- Biset, E., Chávez-Solca, F., Farrán, R., García-Romanutti, H., Groisman, D., Juaneda, C., Lorio, N., Martínez-Prado, N., Moyano, M., Reynares, J. M., Romero, A., Soria, S., & Vargas, M. (2015). *Sujeto: Una categoría en disputa*. La Cebra.

- Blanch, J. M. (2008). La doble cara (organizacional y personal) de la flexibilización del trabajo, desafíos, responsabilidad y agenda de la psicología del trabajo y de la organización. *Perspectivas en psicología*, 11, 11-26.
- Blanco-Abarca, A. (1987). El hecho urbano: Su significado psicosocial. *Documentación social*, 67, 21-42.
- Bleakley, P. (2014). "500 Tokens to Go Private": Camgirls, Cybersex and Feminist Entrepreneurship. *Sexuality & Culture*, 18(4), 892-910.
- Blumer, H. (1986). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. Univ of California Press.
- Boas, T. C., & Gans-Morse, J. (2009). Neoliberalism: From New Liberal Philosophy to Anti-Liberal Slogan. *Studies in Comparative International Development*, 44(2), 137-161. <https://doi.org/10.1007/s12116-009-9040-5>
- Bos, A. E., Pryor, J. B., Reeder, G. D., & Stutterheim, S. E. (2013). Stigma: Advances in theory and research. *Basic and applied social psychology*, 35(1), 1-9.
- Bourdieu, P. (1997). La esencia del neoliberalismo. *Revista Colombiana de Educación*, 35, Article 35.
- Bourdieu, P. (2000). *Contrafuegos: Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*. Anagrama.
- Bourdieu, P. (2007a). El espacio de los puntos de vista. En H. Pons (Trad.), *La Miseria del Mundo* (pp. 9-10).
- Bourdieu, P. (2007b). La dimisión del Estado. En H. Pons (Trad.), *La Miseria del Mundo* (pp. 161-166). Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. (2008). *Homo Academicus*. Siglo XXI.
- Brennan, C. (2018). Digital humanities, digital methods, digital history, and digital outputs: History writing and the digital revolution. *History Compass*, 16(10), e12492.
- Brown, W. (2017). *El pueblo sin atributos: La secreta revolución del neoliberalismo*. Malpaso Ediciones SL.
- Cabanas, E., & Illouz, E. (2019). *Happycracia: Como la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Paidós.
- Caracol Radio Medellín. (2020, diciembre 4). *En Medellín crean la primera Federación del país de modelos webcam*. Caracol Radio.
- Castel, R. (1998). *La metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salariado*. Paidós.
- Castro-Gómez, S. (2015). *Historia de la Gubernamentalidad: Vol. I*. Siglo del Hombre Editores.
- Cavazos-Arroyo, J., & Giuliani, A. C. (2017). Escalabilidad: Concepto, características y retos desde el emprendimiento comercial y social. *Cuadernos del CIMBAGE*, 19, 27-41.
- Cha, S. E., Hewlin, P. F., Roberts, L. M., Buckman, B. R., Leroy, H., Steckler, E. L., Ostermeier, K., & Cooper, D. (2019). Being Your True Self at Work: Integrating the Fragmented Research on Authenticity in Organizations. *Academy of Management Annals*.

- Chavarría, J. A., Zapata, J. V., & Castaño, L. C. (2017). Differences between semantic profiles of the action tendencies linked to emotion words in achievement and unspecified general contexts, defined by Colombian Spanish native speakers. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 15(2), 326-354.
- Cleary, T. (2007). *El alma del samurái Una Traducción Contemporánea De Tres Clásicos Del Zen Y El Bushido*. Editorial Kairós.
- Colucci, E., Davies, H., Korhonen, J., & Gaebel, M. (2012). Mobility: Closing the gap between policy and practice. *Brussels: European University Association*.
- Cruz, E. M., & Sajo, T. J. (2015a). Cybersex as Affective Labour: Critical Interrogations of the Philippine ICT Framework and the Cybercrime Prevention Act of 2012. En *Impact of Information Society Research in the Global South* (pp. 187-202). Springer.
- Cruz, E. M., & Sajo, T. J. (2015b). Exploring the cybersex phenomenon in the Philippines. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 69(1), 1-21.
- Cunningham, S., Sanders, T., Scoular, J., Campbell, R., Pitcher, J., Hill, K., Valentine-Chase, M., Melissa, C., Aydin, Y., & Hamer, R. (2018). Behind the screen: Commercial sex, digital spaces and working online. *Technology in Society*, 53, 47-54.
- Damasio, A. (2005). *En busca de Spinoza. Neurobiología de la emoción y los sentimientos*. Barcelona: Crítica.
- Del Bono, A. (2019). Trabajadores de plataformas digitales: Condiciones laborales en plataformas de reparto a domicilio en Argentina. *Cuestiones de Sociología*, 21(83).
- Deleuze, G. (1986). *La Subjetivación. Curso Sobre Foucault*. Cactus.
- Deleuze, G. (1987). *Foucault*. Paidós.
- Delpechitre, D., & Beeler, L. (2018). Faking it: Salesperson emotional intelligence's influence on emotional labor strategies and customer outcomes. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 33(1), 53-71.
- Dennet, D. (2014). *Contenido y conciencia*. Editorial Gedisa.
- Díaz-Esguerra, M. C. (2022, febrero 6). 70.000 modelos en Colombia le apuestan a la lotería de las 'webcam' y muy pocas ganan. Cambio Colombia.
- Du Gay, P. (1996a). *Consumption and identity at work*. Sage.
- Du Gay, P. (1996b). Organización de la identidad: Gobierno empresarial y gestión pública. En S. Hall & P. Du Gay (Eds.), *Cuestiones de Identidad Cultural* (pp. 251-280). Amorrortu.
- Du Gay, P., & Salaman, G. (1992). The Cult[ure] of the Customer. *Journal of Management Studies*, 29(5), 615-633.
- Duménil, G., & Lévy, D. (2004). *Capital Resurgent: Roots of the Neoliberal Revolution*. Harvard University Press.
- Ekman, P. (1984). Expression and the nature of emotion. *Approaches to emotion*, 3(19), 344.
- Ellsworth, P. C. (1994). William James and emotion: Is a century of fame worth a century of misunderstanding? *Psychological review*, 101(2), 222.

- Esping-Andersen, G. (2000). *Fundamentos sociales de las economías postindustriales*. Ariel Barcelona.
- Feldman-Barrett, L. (2006). Solving the emotion paradox: Categorization and the experience of emotion. *Personality and Social Psychology Review : An Official Journal of the Society for Personality and Social Psychology, Inc*, 10(1).
- Feldman-Barrett, L. (2017). *How emotions are made: The secret life of the brain*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Feldman-Barrett, L., & Russell, J. A. (2014). *The Psychological Construction of Emotion*. Guilford Publications.
- Feldman-Barrett, L., & Russell, J. A. (2015). An Introduction to Psychological Construction. En L. Feldman-Barret & J. A. Russell (Eds.), *The Psychological Construction of Emotion* (pp. 1-20). Guilford Press.
- Fleming, P. (2009). *Authenticity and the cultural politics of work: New forms of informal control*. OUP Oxford.
- Flick, U. (2004). *Introducción a la Investigación cualitativa*. Morata.
- Fogging, S., & Elliott, V. (2022, abril 14). Meet the off-screen workers who keep the adult webcam industry running. *Rest of World*. <https://restofworld.org/2022/colombias-webcam-industry-mentors/>
- Foucault, M. (1978). *El nacimiento de la clínica: Una arqueología de la mirada médica*. Siglo XXI.
- Foucault, M. (1982). El sujeto y el poder. En H. L. Dreyfus & P. Rabinow (Eds.), *Michel Foucault: Más allá del estructuralismo y la hermenéutica*. Nueva Visión.
- Foucault, M. (1986). *Historia de la Sexualidad 2: El uso de los placeres* (M. Soler, Trad.). Siglo XXI.
- Foucault, M. (1987). *Historia de la sexualidad 3: La inquietud de sí*. Siglo XXI.
- Foucault, M. (1999). Foucault. En Á. Gabilondo (Trad.), *Estética, ética y hermenéutica* (pp. 363-368). Paidós Básica.
- Foucault, M. (2007). *El nacimiento de la biopolítica: Curso en el Collège de France: 1978—1979*. (H. Pons, Trad.). Fondo de Cultura Económica.
- García-Ramos, T., Díaz-Juarbe, R. O., & Santiago-Estrada, S. (2013). Historicidad crítica de la psicología industrial/organizacional: Hacia una nueva psicología del trabajo y las organizaciones. *Psicología desde el Caribe*, 30(1), 147-176.
- Geertz, C. (2000). *La interpretación de las culturas* (Vol. 1). Gedisa Barcelona.
- Gilon, D. (2019). El cine como commodity emocional: El género del terror y la commodificación del miedo. En E. Illouz (Ed.), *Capitalismo, consumo y autenticidad: Las emociones como mercancía*. (pp. 109-139). Katz.
- Goffman, E. (1961). *Encounters: Two studies in the sociology of interaction*. Ravenio Books.
- Goffman, E. (1970). *Estigma: La identidad deteriorada* (L. Guinsberg, Trad.). Amorrortu Buenos Aires.

- Gómez Vélez, M. A. (2014). Sobre la flexibilidad laboral en Colombia y la precarización del empleo. *Diversitas: perspectivas en psicología*, 10(1), 103-116.
- Gómez-Navarro, Á. (2012). El aspecto ético, social y político de las investigaciones científicas. *Consensus*, 17(1), 105-110.
- Gracia, E., Ramos, J., & Moliner, C. (2014). El trabajo emocional desde una perspectiva clarificadora tras treinta años de investigación. *Universitas Psychologica*, 13(4), 1517-1529.
- Grandey, A. A., & Melloy, R. C. (2017). The state of the heart: Emotional labor as emotion regulation reviewed and revised. *Journal of occupational health psychology*, 22(3), 407.
- Grandey, A. A., & Sayre, G. M. (2019). Emotional Labor: Regulating Emotions for a Wage. *Current Directions in Psychological Science*, 28(2), 131-137.
- Griesbach, K., Reich, A., Elliott-Negri, L., & Milkman, R. (2019). Algorithmic Control in Platform Food Delivery Work. *Socius*, 5, 2378023119870041.
- Hardt, M. (1999). Affective labor. *Boundary 2*, 26(2), 89-100.
- Hardt, M., & Negri, A. (2004). *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire*. Penguin Press.
- Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo* (Vol. 49). Ediciones Akal.
- Harvey, D. (2021). *Espacios del capitalismo global: Hacia una teoría del desarrollo geográfico desigual*. (J. Madariaga, Trad.). Akal.
- Henry, M. V., & Farvid, P. (2017). «Always hot, always live»: Computer-mediated sex work in the era of 'camming'. *Women's Studies Journal*, 31(2).
- Hochschild, A. R. (1975). The sociology of feeling and emotion: Selected possibilities. *Sociological Inquiry*, 45(2-3), 280-307.
- Hochschild, A. R. (1979). Emotion work, feeling rules, and social structure. *American journal of sociology*, 85(3), 551-575.
- Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart*. University of California Press.
- Hochschild, A. R. (1996). The emotional geography of work and family life. En *Gender relations in public and private* (pp. 13-32). Springer.
- Hochschild, A. R. (2008a). La elaboración del sentimiento. En *La mercantilización de la vida íntima: Apuntes de la casa y el trabajo* (pp. 129-153). Katz editores.
- Hochschild, A. R. (2008b). La geografía emocional y el plan de vuelo del capitalismo. En *La mercantilización de la vida íntima: Apuntes de la casa y el trabajo* (pp. 285-306). Katz editores.
- Hochschild, A. R. (2008c). Los caminos del sentimiento. En *La mercantilización de la vida íntima: Apuntes de la casa y el trabajo* (pp. 189-203). Katz editores.
- Hochschild, A. R. (2008d). Los códigos de género y el juego de la ironía. En *La mercantilización de la vida íntima: Apuntes de la casa y el trabajo* (pp. 71-88). Katz editores.



- Hockey, J., & Allen-Collinson, J. (2009). The Sensorium at Work: The Sensory Phenomenology of the Working Body. *The Sociological Review*, 57(2), 217-239.
- Honneth, A. (1997). *La lucha por el reconocimiento*. Barcelona: Crítica.
- Honneth, A. (2004). Organized self-realization: Some paradoxes of individualization. *European journal of social theory*, 7(4), 463-478.
- Honneth, A. (2011). *La sociedad del desprecio*. Trotta.
- Huff, A. D. (2011). Buying the Girlfriend Experience: An Exploration of the Consumption Experiences of Male Customers of Escorts. En R. W. Belk, K. Grayson, A. M. Muñiz, & H. Jensen Schau (Eds.), *Research in Consumer Behavior* (Vol. 13, pp. 111-126). Emerald Group Publishing Limited.
- Hurtado Saa, T. (2018). La producción social del mercado del sexo y de la ocupación de trabajadoras sexuales en España. *Revista Colombiana de Antropología*, 54(2), 35-58.
- Illouz, E. (2007). *Intimidaciones congeladas: Las emociones en el capitalismo*. Katz.
- Illouz, E. (2009). *El consumo de la utopía romántica: El amor y las contradicciones culturales del capitalismo*. Katz.
- Illouz, E. (2010). *La salvación del alma moderna: Terapia, emociones y la cultura de la autoayuda*. Katz.
- Illouz, E. (2014a). El futuro del alma. En *El futuro del Alma + La creación de estándares emocionales* (pp. 9-30). Katz.
- Illouz, E. (2014b). La creación de estándares emocionales. En *El futuro del Alma + La creación de estándares emocionales* (pp. 31-59). Katz.
- Illouz, E. (2019a). *Capitalismo, consumo y autenticidad: Las emociones como mercancía*. Katz.
- Illouz, E. (2019b). Hacia una crítica posnormativa de la autenticidad emocional: Conclusión. En E. Illouz (Ed.), *Capitalismo, consumo y autenticidad: Las emociones como mercancía*. (pp. 265-287). Katz.
- Illouz, E., & Kaplan, D. (2020). *El capital sexual en la modernidad tardía*. Herder Editorial.
- James, W. (1884). What is an Emotion? *Mind*, 9(34), 188-205.
- Jones, A. (2015a). For black models scroll down: Webcam modeling and the racialization of erotic labor. *Sexuality & Culture*, 19(4), 776-799.
- Jones, A. (2015b). Sex work in a digital era. *Sociology Compass*, 9(7), 558-570.
- Jones, A. (2016). "I get paid to have orgasms": Adult webcam models' negotiation of pleasure and danger. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 42(1), 227-256.
- Jones, A. (2018). The pleasures of fetishization: BBW erotic webcam performers, empowerment, and pleasure. *Fat Studies*, 1-20.
- Jones, A. (2020). *Camming: Money, power, and pleasure in the sex work industry*. NYU Press.
- Kandel, E. R. (2007). *En busca de la memoria: El nacimiento de una nueva ciencia de la mente* (Vol. 3022). Katz Editores.

- Kaplan, D. (2019). Tarjetas postales sexuales en Tel Aviv: Elaboración de estados de ánimo, sexualidad recreativa y atmósferas urbanas. En E. Illouz (Ed.), *Capitalismo, consumo y autenticidad: Las emociones como mercancía*. (pp. 142-163). Katz.
- Kariou, A., Koutsimani, P., Montgomery, A., & Lainidi, O. (2021). Emotional Labor and Burnout among Teachers: A Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(23), 12760.
- Kemper, T. D. (1978). Toward a sociology of emotions: Some problems and some solutions. *The American Sociologist*, 30-41.
- Langley, P., & Leyshon, A. (2017). Platform capitalism: The intermediation and capitalization of digital economic circulation. *Finance and society*, 3(1).
- Laval, C. (2020). *Foucault, Bourdieu y la cuestión neoliberal*. Gedisa. [https://books.google.com.co/books?id=AknYDwAAQBAJ&hl=es&source=gbs\\_slider\\_cls\\_metadata\\_7\\_mylibrary](https://books.google.com.co/books?id=AknYDwAAQBAJ&hl=es&source=gbs_slider_cls_metadata_7_mylibrary)
- Laval, C., & Dardot, P. (2013). *La nueva razón del mundo*. Editorial Gedisa.
- Lazzarato, M. (1996). Immaterial Labor. En M. Hardt & P. Virno (Eds.), *Radical Thought in Italy: A potential politics*. University of Minnesota Press.
- Ley 1090, Pub. L. No. 1090, Diario Oficial N° 46383 (2006).
- Liang, Y., Aroles, J., & Brandl, B. (2022). Charting platform capitalism: Definitions, concepts and ideologies. *New Technology, Work and Employment*, 37(2) 308 - 327
- Lindquist, K. A., Satpute, A. B., & Gendron, M. (2015). Does Language Do More Than Communicate Emotion? *Current Directions in Psychological Science*, 24(2), 99-108.
- Llaneza Álvarez, F. J. (2009). *Ergonomía y Psicología Aplicada. Manual para la formación del especialista*. Lex Nova.
- Loderer, K., Gentsch, K., Duffy, M. C., Zhu, M., Xie, X., Chavarría, J. A., Vogl, E., Soriano, C., Scherer, K. R., & Pekrun, R. (2020). Are concepts of achievement-related emotions universal across cultures? A semantic profiling approach. *Cognition and Emotion*, 34(7), 1480-1488.
- Lopes da Silva, W. (2014). *O sexo incorporado na web: Cenas e práticas de mulheres strippers* [Tesis Doctoral]. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.
- Lorey, I. (2016). *Estado de inseguridad. Gobernar la precariedad*. Traficantes de Sueños.
- Martínez, S. F. (2020). Los riesgos psicosociales en el trabajo realizado mediante plataformas digitales. *IUSLabor. Revista d'anàlisi de Dret del Treball*, 3, Article 3.
- Marx, K. (1996). Capital, volume I. En *Marx & Engels Collected Works – 50 volume set* (Vol. 35). Lawrence & Wishart.
- Marx, K., & Engels, F. (2015). *La ideología alemana*. Ediciones Akal.
- Matache, S. (2018, junio 15). Inside the Studios for Romania's Booming Sex Cam Industry. *Vice*. [https://www.vice.com/en\\_us/article/3k4ymn/inside-the-studios-for-romania-booming-sex-cam-industry](https://www.vice.com/en_us/article/3k4ymn/inside-the-studios-for-romania-booming-sex-cam-industry)



- Mathews, P. W. (2017). Cam models, sex work, and job immobility in the Philippines. *Feminist Economics*, 23(3), 160-183.
- Montgomery, A. J., Panagopolou, E., de Wildt, M., & Meenks, E. (2006). Work-family interference, emotional labor and burnout. *Journal of Managerial Psychology*, 21(1), 36-51.
- Morini, C. (2014). *Por amor o por la fuerza: Feminización del trabajo y biopolítica del cuerpo* (J. M. Gual Bergas, Trad.). Traficantes de Sueños.
- Mukiur, R. M. (2012). El constructo de Trabajo Emocional y su relación con el Síndrome del Desgaste Profesional. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 12(2), 219-244.
- Nayar, K. I. (2017). Working it: The professionalization of amateurism in digital adult entertainment. *Feminist Media Studies*, 17(3), 473-488.
- Nussbaum, M. C. (1999). *Sex and social justice*. Oxford University Press.
- Nussbaum, M. C. (2008). *Paisajes del pensamiento: La inteligencia de las emociones*.
- Nussbaum, M. C. (2014). *Emociones políticas*. Paidós Barcelona.
- Orduz-Ramos, P. D. (2021). De la virtualidad, las emociones y el trabajo sexual: Un acercamiento desde el modelaje webcam. *Trabajo Social*, 23(1), 153-172.
- Orduz-Ramos, P. D. (2017, noviembre 29). *Prefiero verme así misma como una artista. Modelos webcam, trabajo emocional y relaciones laborales*. <https://www.facebook.com/grupo.socioeconomia/videos/1983809611832083/>
- Organización Internacional del Trabajo. (2019). *Las plataformas digitales y el futuro del trabajo: Cómo fomentar el trabajo decente en el mundo digital*. Oficina Internacional del Trabajo. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms\\_686762.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_686762.pdf)
- Organización Internacional del Trabajo. (2021). *Perspectivas Sociales y del Empleo en el Mundo: El papel de las Plataformas Digitales en la Transformación del Mundo del Trabajo* Oficina Internacional del Trabajo. [https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2021/WCMS\\_823119/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2021/WCMS_823119/lang--es/index.htm)
- Packer, M. (2016). *La ciencia de la investigación cualitativa* (M. de la Cera Alonso y Parada, Trad.). Uniandes.
- Patella-Rey, P. (2021). *Sex Cam Modeling: Labor, Intimacy, and Prosumer Porn* [Tesis Doctoral, University of Maryland]. <https://drum.lib.umd.edu/handle/1903/27303>
- Pereira-Caminhas, L. R. (2020). *Webcamming erótico comercial no contexto brasileiro: Organização, estruturação e dinâmicas internas* [Tesis Doctoral]. Universidade Estadual de Campinas.
- Prinz, J. J., & Nichols, S. B. (2010). Moral emotions. En J. M. Doris (Ed.), *The moral psychology handbook*. Oxford University Press.
- Ramírez Bustamante, N., Parra, J. F., Celis, A., Rodríguez, A., Salazar, M. C., & Sánchez, J. S. (2021). ¿Son trabajadores o contratistas independientes? Balance Jurisprudencial del Trabajo en Plataformas. *Borradores de Trabajo y Derecho*, 1.

- Ravenelle, A. J. (2019). *Hustle and Gig: Struggling and Surviving in the Sharing Economy*. Univ of California Press.
- Reece, R. L. (2015). The plight of the black Belle Knox: Race and webcam modelling. *Porn Studies*, 2(2-3), 269-271.
- Resolución 8430, (1993).
- Revista Forbes. (2022, junio 7). *Modelos webcam: Un negocio que ya mueve US\$600 millones en Colombia*. Forbes Colombia. <https://forbes.co/2022/06/07/actualidad/modelos-webcam-un-negocio-que-ya-mueve-us600-millones-en-colombia/>
- Rivera, A. (2018). *Borrador del Conversatorio: Colombia como potencia mundial en negocios para adultos: Cifras, Estadísticas y Oportunidades*. Foro Latinoamericano de la industria para adultos (FLIA 2018)., Medellín.
- Robinson, O. C. (2014). Sampling in Interview-Based Qualitative Research: A Theoretical and Practical Guide. *Qualitative Research in Psychology*, 11(1), 25-41.
- Rodino-Colocino, M., Wolfson, T., Dolber, B., & Kumanyika, C. (2021). The Gig Economy: Workers and Media in the Age of Convergence. En *The Gig Economy*. Routledge.
- Romero Muñoz, F. (2017). *La confesión en los juegos de verdad, la relación saber-poder y la subjetividad en la filosofía de Michel Foucault*. [Tesis de Maestría] Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Rose, N. (1989). *Governing the Soul: The shaping of private self*. Free Association Books.
- Rose, N. (1996a). Identidad, genealogía, historia. En S. Hall & P. Du Gay (Eds.), *Cuestiones de Identidad Cultural*. Amorrortu.
- Rose, N. (1996b). *Inventing ourselves: Psychology, Power and Personhood*. Cambridge University Press.
- Rose, N. (2007). ¿La muerte de lo social? Re-configuración del territorio de gobierno. *Revista argentina de sociología*, 5(8).
- Rose, N. (2008). Psicología como uma ciência social. *Psicologia & Sociedade*, 20(2), 155-164.
- Rose, N. (2012). *Las políticas de la vida en el siglo XXI*. Unipe.
- Ruberg, B. (2022). Live play, live sex: The parallel labors of video game live streaming and webcam modeling. *Sexualities*, 13634607221103204.
- Sadowski, H. (2020). Camgirls. *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication*, 1-4.
- Sajo, T. J. (2015). Mapping the Affective Production of Cybersex: Notes for a Framework. *Graduate Journal of Social Science*, 11(1).
- Sanders, T., Connelly, L., & King, L. J. (2016). On Our Own Terms: The Working Conditions of Internet-Based Sex Workers in the UK. *Sociological Research Online*, 21(4), 133-146.
- Sanders, T., Scouler, J., Campbell, R., Pitcher, J., & Cunningham, S. (2018). *Internet sex work: Beyond the gaze*. Palgrave-MacMillan.
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. Crown.

- Schwandt, T. A. (1994). Constructivist, interpretivist approaches to human inquiry. *Handbook of qualitative research*, 1(1994), 118-137.
- Schwarz, O. (2019). Gotas emocionales para el oído: La industria de la música y las tecnologías de gestión emocional. En E. Illouz (Ed.), *Capitalismo, consumo y autenticidad: Las emociones como mercancía*. (pp. 76-107). Katz.
- Scruggs, S. L., & Kosenko, K. (2022). *Performing Connection: Relationship Development in Online Camming*. [Tesis de Maestría]. North Carolina State University.
- Semana. (2022, junio 7). Negocio de modelos webcam ya mueve USD 600 millones al año en Colombia. *Semana.com Últimas Noticias de Colombia y el Mundo*. <https://www.semana.com/economia/macroeconomia/articulo/negocio-de-modelos-webcam-ya-mueve-usd-600-millones-al-ano-en-colombia/202222/>
- Senft, T. M. (2008). *Camgirls: Celebrity and community in the age of social networks* (Vol. 4). Peter Lang.
- Sennet, R. (2000). *La corrosión del carácter: Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo* (D. Najmías, Trad.). Anagrama.
- Sennet, R. (2006). *La Cultura Del Nuevo Capitalismo*. Anagrama.
- Simmel, G. (2007). Individualism. *Theory, Culture & Society*, 24(7-8), 66-71.
- Simpson, J., & Smith, C. (2020). Students, sex work and negotiations of stigma in the UK and Australia. *Sexualities*, 1363460720922733.
- Sossa Rojas, A. (2011). Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo. *Polis. Revista Latinoamericana*, 28.
- Sriram, V. P., Shaikh, A. A., Sumana, B. K., Kumar, A., Dhiman, V., & Naved, M. (2023). Consumer Behaviour on Digital Marketing Platforms—Specifically in Terms of Consumer Loyalty Using Machine Learning. En S. Yadav, A. Haleem, P. K. Arora, & H. Kumar (Eds.), *Proceedings of Second International Conference in Mechanical and Energy Technology* (pp. 377-386). Springer Nature.
- Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. John Wiley & Sons.
- Standing, G. (2011). *The Precariat: The new dangerous class*. Bloomsbury.
- Stegeman, H. M. (2021). Regulating and representing camming: Strict limits on acceptable content on webcam sex platforms. *New Media & Society*, 14614448211059116.
- Strauss, A. L. (1987). *Qualitative Analysis for Social Scientists*. Universty of Cambridge Press.
- Strauss, A. L., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada* (E. Zimmerman, Trad.). Universidad de Antioquia.
- Stuart, R. (2022). Webcam Performers Resisting Social Harms: “You’re on the Web Masturbating... It’s Just about Minimising the Footprint”. *International Journal of Gender, Sexuality and Law*, 2(1), 171-198.
- Tadelis, S. (2016). Reputation and feedback systems in online platform markets. *Annual Review of Economics*, 8, 321-340.

- Tappolet, C. (2016). *Emotions, values, and agency*. Oxford University Press.
- Taylor, C. (1993). La política del reconocimiento. En *El multiculturalismo y la "política del reconocimiento"*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Taylor, C. (1994). *La ética de la autenticidad*. Paidós.
- Taylor, C. (1996). *Fuentes del Yo: La construcción de la identidad moderna*. Paidós Ibérica.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados*. Paidós.
- Theunissen, E., & Favero, P. S. H. (2021). Veiling the image/framing the body: The labour of enduring ephemerals in the context of trans\* male adult camming practices on Chaturbate. *New Media & Society*, 23(4), 780-795.
- Tibbals, C. A. (2016). Sex work. En *Sexual Deviance and Society: A sociological examination* (pp. 333-354). Routledge.
- Turner, B. (1989). El cuerpo y la sociedad. *Exploraciones en teoría social*. México: FCE, 323.
- Turner, B. (1994). Los avances recientes en la Teoría del cuerpo. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 68, 11-39.
- Vallecilla, L. F. (2018). La relación laboral y el contrato de trabajo. En L. A. Diazgranados & E. Perafán-del-Campo, *Derecho Laboral en Colombia*. Universidad Católica de Colombia.
- Van Doorn, N., & Velthuis, O. (2018). A good hustle: The moral economy of market competition in adult webcam modeling. *Journal of Cultural Economy*, 11(3), 177-192.
- Vázquez García, F. (2005). *Tras la Autoestima: Variaciones sobre el yo expresivo en la modernidad tardía*. Gakoa.
- Vidal Auladell, F. (2014). De la marca-función a la marca-emoción y la experiencia de consumo. Una aproximación a la mercantilización de experiencias en la publicidad de la significación. *Revista de comunicación*, 13, 118-143.
- Vlase, I., & Preoteasa, A. M. (2022). Flexi(nse)curity in adult webcamming: Romanian women's experiences selling digital sex services under platform capitalism. *Gender, Place & Culture*, 29(5), 603-624.
- Weiss, B. R. (2018). Patterns of interaction in webcam sex work: A comparative analysis of female and male broadcasters. *Deviant Behavior*, 39(6), 732-746.
- Weitzer, R. (2018). Resistance to sex work stigma. *Sexualities*, 21(5-6), 717-729. <https://doi.org/10.1177/1363460716684509>
- Weller, J. (1998). *Los mercados laborales en América Latina: Su evolución en largo plazo y sus tendencias recientes* (11; Serie Reformas Económicas). CEPAL. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/7448/S9800094\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/7448/S9800094_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- West, E. (2019). Entender la autenticidad en el sentimiento comercial: Las tarjetas de saludos como commodities emocionales. En E. Illouz (Ed.), *Capitalismo, consumo y autenticidad: Las emociones como mercancía*. (pp. 167-196). Katz.

- 
- Wood, A. J., Graham, M., Lehdonvirta, V., & Hjorth, I. (2019). Good Gig, Bad Gig: Autonomy and Algorithmic Control in the Global Gig Economy. *Work, Employment and Society*, 33(1), 56-75.
- Wright-Mills, C. (1951). *White Collar: The American Middle Classes*. Oxford University Press.
- Zapf, D. (2002). Emotion work and psychological well-being: A review of the literature and some conceptual considerations. *Human resource management review*, 12(2), 237-268.

## Anexos

### Anexo 1: Consentimiento informado

#### Información para el Participante

Estimado/a \_\_\_\_\_, le estamos invitando a participar en la investigación “Experiencia Emocional y Trabajo en la Construcción de Subjetividades en el Modelaje Webcam en la ciudad de Medellín”.

Antes de continuar, tómese el tiempo para leer este documento y preguntar, averiguar y discutir con el investigador todos los aspectos del estudio sobre los cuales tenga dudas.

#### 1. INFORMACIÓN SOBRE ESTE ESTUDIO

##### a. Objetivo:

Esta investigación busca conocer cómo modelos webcam perciben que dedicarse a esta ocupación ha influido en sus historias personales. Igualmente, también busca acercarse a qué emociones y sentimientos están asociados a esta forma de trabajo.

Los resultados se socializarán en publicaciones científicas y eventos académicos, siempre protegiendo el anonimato de todos los participantes.

##### b. Sitio de realización

La investigación se realizará en el Valle de Aburrá, que incluye a Medellín y los municipios que conforman su área metropolitana.

##### c. Importancia del proyecto

Esta investigación permitirá conocer de primera mano las vivencias personales de modelos webcam, el cual es un tema muy poco explorado tanto a nivel científico, como a nivel social, aun cuando es una realidad que, en Colombia, involucra a cada vez más personas.

##### d. Número de participantes y duración de la investigación.

La presente investigación tiene una duración de 12 meses. Con cada participante se realizarán, al principio 2 o 3 encuentros de 1 hora de duración, y de 2 a 3 encuentros grupales. A final, se realizará una sesión informativa para compartir los resultados de la investigación.

#### 2. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

##### a. Métodos

Para esta investigación, se realizarán entrevistas individuales con los participantes. Algunas de ellas serán de tipo grupal, sólo con el consentimiento de quienes lo deseen. Los encuentros serán grabados para mantener la fidelidad de los testimonios. Todos los participantes podrán, a solicitud, acceder a sus entrevistas grabadas.

##### b. Inconvenientes y Riesgos

Esta investigación contempla los parámetros establecidos en la resolución N° 008430 de 1993 del 4 de octubre del Ministerio de Protección Social, en cuanto a investigaciones con mínimo riesgo realizadas con seres humanos. No involucra ningún tipo de riesgo físico, psicológico ni moral. Si usted considera que se pone en riesgo su integridad, podrá expresarlo al investigador o a quien crea necesario.

Usted podrá ausentarse si por cualquier razón no puede participar de las sesiones de entrevista o demás actividades de la investigación. Le solicitamos que se comunique a tiempo con los investigadores para programar un nuevo encuentro.

#### **c. Reserva de la Información y Confidencialidad**

Las entrevistas a menudo preguntarán sobre temas personales, por lo tanto, se garantizará su derecho a la intimidad, manejando esta información de forma confidencial. Los encuentros serán grabados y transcritos, y únicamente el investigador tendrá acceso a su información personal.

Nunca se publicarán ni se divulgarán a través de ningún medio los datos personales de quienes participen en esta investigación.

#### **d. Voluntariedad de participación**

Su participación en esta investigación es voluntaria. Usted tiene el derecho de abandonarla cuando desee. Esta participación no le demanda ningún gasto, aparte del transporte urbano, en caso de que desee que las entrevistas sean fuera de su casa.

El equipo de investigación se reserva el derecho de dar por finalizada su participación en este estudio, ya sea por inconvenientes en su participación o porque la fase de recolección de información haya sido agotada.

Esta investigación no tiene ánimo de lucro económico. Por ello, su participación no tendrá ninguna remuneración.

#### **e. Resultados Esperados**

- Se espera que este estudio aporte a comprender a profundidad el modelaje webcam como forma de trabajo, identificando las particularidades con las cuales se configura en Colombia y sus diferencias respecto de otras partes del mundo en las que también existe esta industria.
- Se espera también comprender los rasgos distintivos de la vivencia de las emociones que están presentes en el modelaje webcam, así como la organización material y personal de esta forma de trabajo. De acuerdo con lo anterior, se espera que el conocimiento generado partir del presente estudio aporte a reducir dificultades que se presentan al realizar esta actividad debido a los prejuicios sociales que pesan sobre él. De otra parte, también busca visibilizar las necesidades que puedan presentarse, y que sirva de insumo para la toma de acciones estatales, organizacionales o personales sobre ellas.



## CONSENTIMIENTO INFORMADO

Después de haber leído y comprendido toda información contenida en este documento con relación a la investigación **EXPERIENCIA EMOCIONAL Y TRABAJO EN LA CONSTRUCCIÓN DE SUBJETIVIDADES EN EL MODELAJE WEBCAM EN MEDELLÍN**, y de haber recibido del investigador, \_\_\_\_\_, explicaciones verbales sobre ella y satisfactorias respuestas a mis inquietudes, habiendo dispuesto de tiempo suficiente para reflexionar sobre las implicaciones de mi decisión, libre, consciente y voluntariamente manifiesto que yo \_\_\_\_\_ he resuelto participar en la misma.

**Manifiesto que no he recibido presiones verbales, escritas y/o mímicas para participar en el estudio; que dicha decisión la tomo en pleno uso de mis facultades mentales, sin encontrarme bajo efectos de medicamentos, drogas o bebidas alcohólicas, consciente y libremente.** Además, expresamente autorizo al investigador para utilizar los resultados de esta propuesta en otras futuras investigaciones.

En constancia, firmo este documento de consentimiento informado, en presencia del investigador en el Municipio de \_\_\_\_\_ el día \_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.

### Datos del participante

Nombre: \_\_\_\_\_

Cédula de ciudadanía \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

### Datos del investigador

Nombre: \_\_\_\_\_

Cédula de ciudadanía \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_



**Anexo 2: Guía de temas etapa 1**

Guía de entrevista #1

Investigación

**EXPERIENCIA EMOCIONAL Y TRABAJO EN LA CONSTRUCCIÓN DE  
SUBJETIVIDADES EN EL MODELAJE WEBCAM EN MEDELLÍN**

<b>Coordinador</b>	
<b>Entrevistador</b>	
<b>Co-entrevistador</b>	
<b>Participante (seudónimo)</b>	
<b>Fecha</b>	
<b>Hora</b>	
<b>Lugar</b>	

<b>TEMA</b>	<b>TÓPICOS</b>
Datos personales del entrevistado	Edad
	Sexo
	Escolaridad
	Estado civil
	Número de personas a cargo
	Lugar de residencia
	Estrato socioeconómico
Trabajo	Escogencia e inicio del modelaje webcam como trabajo
	Rutinas del trabajo
	Organización del tiempo
	Códigos, entrenamientos, capacitación de algún tipo
	Motivaciones que le llevan a mantenerse en el trabajo
Experiencia Emocional	Emociones experimentadas el primer día

---

	Emociones que se experimentan un día normal de trabajo
	Estrategias de manejo de las emociones propias
	Estrategias de manejo de las emociones de usuarios
Subjetividad	Autopercepción, cambios percibidos en su persona
	Características ideales

**Anexo 3: Guía de temas etapa 2**

Categoría	Tópico
Imagen, cuerpo y personaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personaje que interpreta es uno mismo o es diferente</li> <li>- Cómo se llegó a ese personaje, qué lo caracteriza</li> <li>- Cambios en la relación con el cuerpo</li> <li>- Sentirse bien consigo mismo</li> </ul>
Elaboración de las emociones y las relaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autenticidad de la relación con el usuario.</li> <li>- Usuarios mujeres por qué no</li> <li>- Cómo se hace para saber qué quiere el usuario</li> <li>- Qué es lo que exactamente ofrece al usuario una modelo webcam</li> </ul>
Relaciones sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qué implica tener bloqueado o desbloqueado Colombia</li> <li>- Las familias, las relaciones sentimentales, el manejo.</li> </ul>
Campo Modelo - Estudio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cómo hace si hay algo que no le gusta en el trabajo</li> </ul>
Disposición organizacional y material del trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas jóvenes ¿por qué?</li> <li>- Separación juego trabajo (trabajo es ameno)</li> <li>- Cómo es el pago</li> <li>- Qué responsabilidades tiene el estudio</li> </ul>
Trayectoria Laboral - Personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Otros trabajos que se han tenido</li> <li>- Qué pasa con las modelos que no progresan, por qué.</li> </ul>