

**Cómo citar este trabajo:** Morcillo, Santiago y Ezequiel, Aguilera (2026). Entre las calles y las plataformas. Dinámicas de la estigmatización a partir de dos casos del mercado sexual. *Revista del Laboratorio Iberoamericano para el Estudio Sociohistórico de las Sexualidades*, 15 pp: 1-19  
<https://doi.org/10.46661/relies.12592>

# **Entre las calles y las plataformas. Dinámicas de la estigmatización a partir de dos casos del mercado sexual**

Between the streets and platforms. Dynamics of stigmatization in two cases of the sex market

**Santiago Morcillo**

CONICET – Instituto de Investigaciones Socioeconómicas – San Juan, Argentina.

[santiagomorcillo@gmail.com](mailto:santiagomorcillo@gmail.com)

[<https://orcid.org/0000-0001-5809-8635>]

**Ezequiel Aguilera**

Filiación IDACOR/CONICET. Córdoba, Argentina.

[ezequiel.aguilera@mi.unc.edu.ar](mailto:ezequiel.aguilera@mi.unc.edu.ar)

[<https://orcid.org/0000-0003-1068-4285>]

## Resumen

El presente artículo plantea una reflexión para comprender las dinámicas diferenciales de la estigmatización ligadas al género y la clase. Para ello se toman dos casos del mercado sexual argentino: mujeres que hacen comercio sexual callejero y varones que comercializan contenido erótico en la plataforma OnlyFans. Estos casos representan una oportunidad para repensar teóricamente la conceptualización del estigma pues en ambos casos la exposición y la visibilización son una condición de posibilidad para la participación en dicho mercado, sin embargo, existen marcadas diferencias en la gestión de la propia imagen, la posibilidad del manejo de la información, las narrativas sobre el yo, el impacto y las reacciones frente al estigma en un grupo y el otro. En este sentido, el artículo busca explorar las diferencias de género y clase en la regulación cultural de la sexualidad y la emergencia de plataformas digitales que reconfiguran las formas de legitimación en el mercado sexual.

Palabras clave: Estigma; Mercado Sexual; OnlyFans; secreto, jerarquía.

## Abstract

This article proposes a reflection aimed at understanding the differential dynamics of stigmatization linked to gender and class. To this end, it considers two cases from the Argentine sex market: women engaged in street-based sex work and men who sell erotic content on the platform OnlyFans. These cases represent an opportunity to theoretically rethink the conceptualization of stigma since in both cases exposure and visibility are conditions of possibility for participating in this market; however, there are marked differences in the management of self-image, the possibility of handling information, the narratives of the self, the impact, and the reactions to stigma in one group and the other. In this sense, the article seeks to explore gender and class differences in the cultural regulation of sexuality and the emergence of digital platforms that reconfigure the forms of legitimation in the sex market.

Key words: Stigma; Sex Market; OnlyFans; secrecy, hierarchy.

## 1 Introducción

Si consideramos las distintas acepciones del término estigma, este aparece como una “marca hecha en la piel” y como una “nota infamante”. En ambos casos lo que sucede es que se traza una frontera y se abre una herida, y en el caso de los estigmas ligados a la sexualidad esta herida tiene el apellido de la perversión, sin embargo, como en toda familia, el apellido liga, acerca, pero no homogeneiza.

Los procesos de estigmatización han sido profusamente analizados en las ciencias sociales, en tanto mecanismos que afectan múltiples facetas de la existencia, desde la interacción en la vida cotidiana hasta el acceso a derechos y el reconocimiento social de distintos grupos. No obstante, resulta clave comprender cómo los procesos de estigmatización operan situada y contextualmente, con diferentes dinámicas internas y distintas formas de sobrelevarlos, negociarlos y enfrentarlos. Abordamos entonces para este análisis dos casos del mercado sexual, pues este constituye un terreno donde la estigmatización opera de manera persistente, aunque no de forma homogénea. Allí distintos sujetos son afectados de modos diversos, según su género, clase, raza y según los dispositivos a través de los cuales comercian su sexualidad.

Para comprender cómo opera el estigma, en este artículo nos proponemos analizar dos grupos diferenciados de participantes del mercado sexual: por un lado, mujeres que hacen comercio sexual callejero; y por el otro, varones que producen y comercializan contenido sexual en plataformas digitales, en particular OnlyFans. Como veremos, en ambos casos se ponen en juego, de formas específicas, dinámicas de gestión del secreto, la visibilidad y el manejo del estigma.

El análisis se sitúa en un contexto de creciente precarización del mercado sexual en Argentina. El estigma de puta históricamente ha operado posibilitando la violencia institucional hacia las trabajadoras sexuales (Acien y Checa, 2020). Además, en Argentina, desde comienzos de los años 2000 y en la década siguiente un conjunto de transformaciones normativas, especialmente ligadas a la lucha contra la trata de personas, derivaron en una creciente criminalización de distintos sectores del mercado sexual (Daich y Varela, 2014; Varela y Martynowskyj, 2021). A este contexto debemos agregar la reciente proliferación de mercados digitales relativamente desregulados, que para el caso del mercado sexual son en parte fruto de los nombrados procesos de criminalización (Mathieu, 2014), pero se verán amplificados por la expansión de la vida digital/*online* a partir de la pandemia de COVID-19. Mientras que la narrativa pública sobre las mujeres que hacen comercio sexual callejero suele estar marcada por la asociación con la marginalidad, el delito, el riesgo y la violencia, los creadores de contenido para adultos en plataformas son representados, con frecuencia, en registros de emprendedurismo, autonomía y éxito. Estas diferencias no solo expresan desigualdades materiales y simbólicas, sino que también modelan las estrategias de manejo del estigma, el secreto y la visibilidad que despliegan los sujetos.

En el apartado siguiente recuperamos los principales debates teóricos en torno a la noción de estigma, enfocando especialmente en el mercado sexual, discutiendo tanto su anclaje en las teorías de la desviación como sus reformulaciones en clave histórica y relacional. Asimismo, presentamos los dos casos —mujeres que hacen comercio sexual callejero y varones creadores de contenido para adultos— que pondremos en diálogo y que conforman el corpus para analizar cómo opera el estigma en distintos sujetos que participan del mercado sexual. Luego nos enfocamos en diversos aspectos del estigma examinando las formas de visibilidad y el manejo de la información, así como las narrativas sobre sí mismo que construyen en estos casos. Posteriormente, contrastamos las distintas formas en que el secreto sobre la participación en el mercado sexual y su eventual revelación impactan sobre la vida social de unos y otras, así como las diversas formas de gestionar y/o confrontar el estigma. Finalmente, cerraremos con algunas reflexiones que articulan los hallazgos con los debates teóricos, subrayando el carácter relacional del estigma como mecanismo

de producción de desigualdades y planteando la necesidad de construir abordajes interseccionales para comprender mejor cómo este opera.

## **2 De Goffman a Carol Leigh, repensando la noción de estigma y sus implicancias**

La noción de estigma tiene un origen ligado a lo que en sociología se conoce como la escuela de Chicago y la sociología de la desviación, lo cual como veremos a continuación supone algunos desafíos. Erving Goffman, heredero de esta escuela, acuña este concepto en el marco de una teoría de la interacción que supone una mirada necesariamente contextual y relacional. Si bien Goffman señala que el estigma funciona como un atributo que “constituye una discrepancia entre la identidad social virtual y la real” en especial cuando “produce en los demás, a modo de efecto, un descrédito amplio” (1986:12), luego aclara que más que un atributo en particular, “un estigma es, pues, realmente, una clase especial de relación entre atributo y estereotipo” (1986:14). Uno de los inconvenientes será que Goffman no profundiza en las implicancias de este carácter relacional. Sin embargo, otro de los aspectos que Goffman sí puntualiza, y que nos resulta fructífero para pensar los casos abordados en este artículo, son las diferencias en las posibilidades del manejo de la información para poder ocultar o no el atributo estigmatizante, que permite distinguir entre “desacreditables” y “desacreditados” respectivamente.

Este punto amerita abrir un breve paréntesis pues una lectura de estas posibilidades en términos de relaciones de poder y posiciones diferenciales en las coordenadas de clase, género, raza y edad resultan fundamentales para nuestro objetivo. Estas diferencias se traducen, como veremos, en márgenes muy distintos para manejar la información, es decir para visibilizarse o mantenerse en secreto. Si Simmel (1906) había pensado a principios del siglo XX que la transparencia frente al secreto tenía un efecto democratizador, desde antes de los comienzos del siglo XXI la profunda revolución en la forma de circulación de la información genera la impresión, preocupante, de que todo se hace público (Bauman, 2011). Al mismo tiempo que la información se estandariza, circula rápidamente y parece haber menos secretos en las sociedades contemporáneas, también hay mayor capacidad para encriptar la información (Marx y Muschert 2009), sin embargo, esta capacidad no es equitativamente distribuida. No tener capacidad para mantener un secreto significa perder el control sobre cómo nos ven, lo cual nos deja vulnerables frente a la coerción (Hardon y Posel, 2012). Entonces, si bien las luchas de las disidencias sexuales se han articulado a partir de la visibilización como forma de poner al descubierto las formas de opresión, también el secreto puede constituir una forma de resistencia primaria para grupos oprimidos (Morcillo, 2017).

La lectura en clave sociopolítica de las problemáticas ligadas a la estigmatización pone de relieve un problema, posiblemente derivado tanto del enfoque microsociológico de Goffman como de la escasa profundización en el carácter relacional del estigma. Nos referimos a la poca vinculación de los procesos de estigmatización con los problemas sociopolíticos e históricos que marcan a determinados grupos como subalternos. Según Figari (2008) esto se debe a la ausencia de una concepción agonística de las relaciones sociales en toda la escuela de Chicago. Sin embargo, creemos posible retomar aquí los aportes de Parker y Aggleton (2003) para repensar la estigmatización como proceso social que sólo puede ser comprendida en relación con las nociones más amplias de poder y dominación. Por ello afirman que el estigma juega un papel clave en la producción y reproducción de las relaciones de poder y control y, por ende, establece asimetrías entre los grupos sociales. El estigma debe ser entonces comprendido como un hecho histórico inserto en un contexto sociocultural determinado que permite entender su función en la reproducción de inequidades.

Otro de los problemas que aparece con la conceptualización de Goffman es que su mirada engloba varios tipos de estigma. Si bien los clasifica en tres tipos: abominaciones del cuerpo, defectos del carácter del individuo y estigmas tribales (de la raza, la nación y la religión, a los que se podría sumar el estigma de clase baja), busca construir un esquema general de análisis más que puntualizar las especificidades de cada uno. Aquí es donde la literatura sobre prostitución permite ajustar esta concepción más general. Gail Pheterson (2000) desarrolló la fructífera noción de “estigma de puta” que aparece como un elemento constitutivo sin el cual no puede comprenderse a la prostitución. Asimismo, Pheterson subraya la interacción entre estigma y género —visible en las diferencias que implica involucrarse en la prostitución para mujeres y para varones— y también con la clase, etnia y nacionalidad. Para Pheterson, lo que se sanciona específicamente con el estigma de puta es el pedido explícito de dinero, pero además se condena cualquier gesto de autonomía femenina<sup>1</sup>. Así, el estigma y el epíteto de “puta” actúan no sólo sobre las prostitutas, sino sobre todas las mujeres. Dolores Juliano (2002, 2003) ha retomado esta idea al concebir a la estigmatización de las putas como modelo de control sobre la sexualidad femenina, que refuerza la división entre mujeres puras y putas, aislando a las prostitutas en un submundo.

Esta generización del estigma asociado a la prostitución también se hace visible en los estudios que analizan las experiencias de los varones que participan del mercado sexual. Travis Kong (2009) plantea que las técnicas que estos varones ponen en marcha para la gestión del estigma operan simultáneamente como estrategias de género para sostener su masculinidad. Este punto muestra una distancia respecto de cómo opera el estigma en las mujeres que se hace evidente en relación a la sexualidad y el papel del placer. Por ejemplo, a diferencia de las mujeres que hacen comercio sexual, que rara vez mencionan el placer sexual, los trabajadores sexuales entrevistados por Kong, lo mencionaron con frecuencia y lo asociaron con un modelo de sexualidad masculina. El corolario del análisis es que mediante el conjunto de técnicas que los varones trabajadores sexuales ponen en marcha buscan preservar su identidad y su masculinidad sin poner en cuestión las normas culturales que estructuran las jerarquías de género y sexualidad.

Este último punto se enlaza con la necesidad de pensar la estigmatización en términos políticos. En este sentido resulta interesante retomar un debate sobre el estigma asociado a la prostitución entre diversas personas que investigan esta área. Allí Weitzer (2017) plantea que una de las carencias del enfoque propuesto por Goffman es que no elabora casi nada sobre la posibilidad de resistencia (individual o colectiva) ni considera si el estigma puede reducirse o eliminarse con el tiempo, centrándose mayormente en las formas en que los individuos gestionan el estigma. Además, según Weitzer, en los estudios sobre mercado sexual el estigma es tratado frecuentemente como una constante inmutable, no como una variable, y se asume que es utópico imaginar su erosión. El texto concluye planteando un conjunto de condiciones previas para reducir el estigma: el uso de un lenguaje neutro (eliminar las denominaciones despectivas del discurso público y privado); transformar las representaciones de las personas que participan del mercado sexual en los medios de comunicación (que, en su mayor parte, tienen un sesgo negativo); despenalizar legalmente al trabajo sexual (tomando como base la experiencia del movimiento por los derechos de los homosexuales); la movilización del sector (incluyendo los propietarios y gerentes de negocios

<sup>1</sup> Pheterson plantea una lista de actividades que supuestamente llevan a cabo las prostitutas, pero que pueden imputársele a cualquier mujer, por las cuales la sociedad las considera deshonradas: “(1) relacionarse sexualmente con extraños; (2) relacionarse sexualmente con muchas parejas; (3) tomar la iniciativa sexual, controlar los encuentros sexuales y ser una experta en sexo; (4) pedir dinero a cambio de sexo; (5) satisfacer las fantasías sexuales masculinas de manera impersonal; (6) estar sola en la calle por la noche, en calles oscuras, vestida para provocar el deseo masculino; (7) encontrarse en situaciones determinadas con hombres insolentes, borrachos o violentos que o bien una puede manejar (‘mujeres descaradas o vulgares’) o ser manejadas por ellos (‘mujeres convertidas en víctimas’)” (Pheterson, 2000: 59).

eróticos) y el activismo de quienes ejercen el trabajo sexual. En este último punto, retoma el trabajo de Gall (2016) para señalar que estos sujetos suelen carecer de solidaridad y sostienen jerarquías en el mercado sexual; consideran que su trabajo es temporal, rechazan al activismo y la mayoría perciben pocas ventajas en la sindicalización, especialmente si son independientes.

Si bien el comentario de Weitzer resulta interesante para pensar algunos aspectos de los casos que aquí abordamos, las críticas que suscita entre colegas investigadores iluminan otros elementos que deben ser tomados en cuenta. Buena parte de las respuestas al comentario de Wietzer muestran la necesidad de pensar las intersecciones del estigma asociado al trabajo sexual con las posiciones de clase, género y raza entre otros vectores que producen asimetrías. Minichiello, Scott y Cox (2017) señalan que, históricamente, los varones trabajadores del sexo han sido estigmatizados bajo la figura del joven heterosexual desviado, cuya participación en el mercado sexual se explica tanto por la carencia de recursos como de racionalidad y autonomía. Esto muestra un marcado contraste con el trabajo sexual femenino, en el cual las trabajadoras del sexo históricamente han sido objeto de sanciones penales. A su vez, Wendy Chapkis (1997), plantea la necesidad de considerar cuál es la función ideológica y material del estigma de las putas, qué intereses se imponen y qué normas se refuerzan con la estigmatización. Sin abordar este punto las propuestas de normalización no logran cuestionar las desigualdades de género, sexuales, raciales o de clase. Jo Phoenix (2009) retoma esta crítica para agregar que es más probable que el trabajo de las escorts se libere de prejuicios antes que el trabajo sexual callejero, porque los discursos que constituyen el estigma de este son también discursos de reputación, clase, cultura y raza. Desestigmatizar el comercio sexual sin criticar también el capitalismo neoliberal y consumista es, de hecho, abogar por un enfoque en el que las “fuerzas del mercado” se conviertan en el regulador último del trabajo sexual (Phoenix, 2009). Finalmente, en la misma sección de respuestas también Teela Sanders (2017) remarca que es clave considerar los matices entre los trabajadores del sexo masculinos, transexuales e inmigrantes, los *webcamers*, los actores porno y los strippers, que experimentan diferentes dimensiones de daños estigmatizantes, entremezclados con otras desigualdades sociales como la homofobia y el racismo. Esta consideración es más relevante dado que para Sanders (2009) existen claros mensajes sociales en torno a la integración de las industrias del sexo en Occidente, con procesos de normalización evidentes en algunas jurisdicciones, a menudo dirigidos por políticas económicas neoliberales que favorecen el sexo como mercancía de mercado y la demanda de servicios sexuales (directos e indirectos) como parte del proyecto neoliberal del yo.

Todos estos comentarios se conectan con los hallazgos presentes en los estudios que miran los diferentes sectores y personas que participan del mercado sexual. Según Vanwesenbeeck (2013), los hombres que ejercen la prostitución pueden verse menos afectados por el estigma porque el trabajo sexual masculino puede entenderse dentro de las perspectivas tradicionales de la masculinidad y la sexualidad masculina. Así, es usual que los varones asocien el trabajo sexual con la masculinidad, la potencia sexual, la carrera laboral y el espíritu empresarial; a la vez que la vergüenza, la culpa, la baja autoestima y la autoestigmatización son relativamente frecuentes entre las mujeres trabajadoras del sexo. Pero el estigma que se asocia al trabajo sexual, no solo está moldeado por las relaciones de género, sino que también opera de formas diferentes en relación con la sexualidad. En estudios donde se ha comparado la estigmatización entre varones y mujeres que hacen comercio sexual, se plantea que los varones heterosexuales serían quienes menos sufren este estigma (Redman, 2016). Sin embargo, creemos que esta lectura debe ser realizada contextual y situadamente, pues también son frecuentes las investigaciones que señalan que al interior de las comunidades gay no se estigmatiza al trabajo sexual, o al menos no tanto como entre lxs heterosexuales (Koken et al., 2009; Sadownick, 1996).

Finalmente, es importante para la mirada que aquí proponemos, pensar también cómo la estigmatización afecta diferencialmente a las distintas ramas del mercado sexual. Cuando Carol

Leigh (2004) acuñó el término “trabajo sexual” lo hizo pensando en una forma de referirse a la actividad que no tenga la carga estigmatizante de la “prostitución” —que lleva ínsita la idea de deshonra—, pero también como un camino para tender lazos entre las distintas formas de inserción en el mercado sexual y así erosionar las jerarquías internas (Varela y Morcillo, 2023). Para graficar este punto algunos autorxs rescatan el término nativo de *whorearchy* (traducible como “putarquía”, conjunción de *whore* —puta— y *hierarchy* —jerarquía—). La organización Scarlett Alliance (2024) define la “putarquía” como la jerarquía percibida entre distintos tipos de profesionales del sexo, basada en la idea de que algunos tipos de trabajo sexual son intrínsecamente “mejores o “más aceptables” que otros. Según Heather Berg (2021) este sistema de estatus diferenciales habilita la vigilancia horizontal entre las personas que hacen trabajo sexual, siendo las “estrellas del porno” quienes se ubican en la cúspide de la jerarquía. Además, indica que muchxs de estos sujetos eligen identificarse como estrellas de porno, aun cuando hacen otros tipos de trabajo sexual, pues ello les permite jerarquizarse y liberarse, por ejemplo, del acoso policial. Asimismo, en algunos casos esta “putarquía” opera en las concepciones de quienes legislan y sancionan como ilegales o legales las diferentes formas de trabajo sexual (Cox, 2020). Estudios más recientes también han mostrado cómo esta jerarquía se transforma dinámicamente y el lugar de la cúspide, que supieron ocupar estrellas porno o dominatrix y luego *webcammers*, hoy parece estar ocupado por creadores de contenido para adultos en OnlyFans (Schuchmann, 2025). Sin embargo, dos características se sostienen en el tiempo, por un lado, la jerarquía moldea las posibilidades de comunicación y creación de vínculos entre trabajadorxs sexuales tendiendo a articular grupos pequeños (Toubiana y Ruebottom, 2022). Por otra parte, la propia putarquía es “putafóbica” (“*whorephobic*”), es decir que se fundamenta en la repulsión que causa el estigma de puta. Esta jerarquía, a la vez que se ve fortalecida por la criminalización, estructura un sistema clasista que estratifica a lxs trabajadores del sexo según sus privilegios y así configura estigmas —entre grupos— internos y externos (Fuentes, 2022).

A continuación, argumentamos sobre los funcionamientos del estigma considerando las coordenadas estructurales y contextuales que marcan diferencialmente las experiencias de quienes hacen comercio sexual en distintos sectores del mercado sexual. Para ello tomamos, como dijimos, el caso de las mujeres que hacen comercio sexual callejero y el de varones que venden contenido para adultos en la plataforma OnlyFans. Para el primer caso, nos basamos en un trabajo de campo llevado a cabo durante varios años en tres ciudades de Argentina —Buenos Aires, Rosario y San Juan— de diferentes dimensiones y con distintos márgenes para la visibilidad y el ocultamiento. Allí se llevaron a cabo entrevistas en profundidad y observación no participante (Morcillo, 2021). Para el otro caso, nos referiremos a los primeros análisis de una etnografía sobre creadores de contenido para adultos en Argentina que se encuentra aún en desarrollo (Aguilera y Morcillo, 2024; Aguilera, 2025). Por supuesto, dadas las asimetrías de los casos, no se trata aquí de establecer una comparación, sino de utilizar cada caso a modo de contraste que nos permita iluminar las distintas operaciones del estigma considerando especialmente las dinámicas de secreto y visibilidad, así como sus implicancias políticas.

### **3 Para vender hay que mostrarse. Estigma, visibilidad y manejo de la imagen.**

Pararse en una esquina, grabar una escena, mostrar el cuerpo en determinados circuitos —ya sea en las calles o plataformas digitales— constituye una parte esencial de participar del mercado sexual: para vender es necesario mostrarse. Sin embargo, no todas las formas de visibilidad se configuran del mismo modo, ni tienen las mismas consecuencias. Las formas que adopta la visibilidad están íntimamente ligadas al género, la clase —que aquí pensamos ligada a los recursos

y la posibilidad en el mercado laboral— y los dispositivos mediante los cuales se comercia el sexo. Si tomamos el caso de las trabajadoras sexuales callejeras en Argentina, en su mayoría mujeres cis de sectores populares y madres a cargo de sus hijxs (Ceil-Piette/CONICET, 2007; Monje Silva, Méndez, Bermúdez, Irrazábal, & Pérez, 2024), enfrentan una exposición que se da en territorios físicos específicos: las llamadas “zonas rojas”. El peligro de una exposición indeseada, frente a un público ante quien se quiere guardar el secreto, se ve amplificado en contextos donde la moral sexual es particularmente conservadora, como ocurre en las ciudades pequeñas. Además, los espacios urbanos con dimensiones reducidas hacen que las zonas rojas operen como una suerte de panóptico y el miedo a que el “estigma de puta” se expanda hacia otras esferas de la vida cotidiana —la familia, la escuela, el barrio— es una realidad que condiciona profundamente su experiencia (Morcillo, 2017).

Este miedo se arraiga también en las formas históricas de persecución que ha sufrido el trabajo sexual. La visibilidad ha sido, en muchos casos, un eje central en los dispositivos de regulación del mercado sexual, y esto sucede más allá del “modelo” legal adoptado —sea abolicionista, reglamentarista o prohibicionista, por tomar la clasificación más canónica (Mathieu, 2014; Morcillo, 2023)—. La exposición del cuerpo o de la actividad sexual ha funcionado como condición para la penalización. En Argentina, los códigos contravencionales y de faltas provinciales sancionan las actividades sexuales voluntarias bajo figuras como la “prostitución escandalosa”. El “escándalo”, que supondría una visibilidad incrementada, es en la práctica una categoría ambigua que habilita la persecución selectiva de trabajadoras sexuales callejeras. Entonces no solo se pone en juego el ejercicio de la sexualidad, sino el modo en que esta se hace visible. El castigo y el estigma no recaen únicamente sobre las prácticas sexuales mercantilizadas, sino sobre la inscripción de las mismas en la escena pública (Sabsay, 2021). En este sentido, el modo de comercio sexual que menos recursos requiere para establecer la oferta —simplemente pararse en la zona roja— es el más perseguido por la policía.

Se podría pensar que los varones cis que producen y venden contenido sexual en plataformas digitales cuentan con mayores herramientas para modular su exposición. La imagen digital se presta a las estrategias personales de curaduría: qué mostrar, cómo narrarse, qué tipo de contenido publicar y con qué frecuencia. Estos creadores suelen acceder a recursos tecnológicos, habilidades comunicacionales y plataformas de comercialización que les permiten controlar —hasta cierto punto— la circulación de su imagen y su visibilidad. A su vez, la autodenominación “creador de contenido” en muchos casos les permite evadir el “estigma de puta”; así, narrarse como sujetos dedicados a la producción de contenido para adultos no los identifica inmediatamente como trabajadores sexuales.

Algunos creadores de contenido restringen territorialmente la visibilidad de sus perfiles para evitar ser reconocidos en sus círculos cercanos. No obstante, esta capacidad de gestionar la propia imagen encuentra límites concretos. La creación de contenido se inserta en una ecología digital compleja, donde múltiples plataformas, audiencias y algoritmos condicionan tanto la visibilización como la rentabilidad del material. El trabajo etnográfico mostró que OnlyFans no opera de forma aislada, sino en articulación con redes sociales como X o Instagram, fundamentales para cultivar vínculos con los seguidores y direccionarlos hacia espacios donde se ofrece contenido explícito y pago. La viralización, en este sentido, puede ser tanto un objetivo —para alcanzar a un público más amplio— como un riesgo, en la medida en que erosiona la frontera entre lo íntimo y lo público y reactiva el estigma cuando la exposición se vuelve indeseada. La posibilidad de que los suscriptores realicen capturas de pantalla o grabaciones permite que los contenidos circulen por fuera del control del creador, multiplicando su alcance y desdibujando los márgenes entre los mundos que se pretendían mantener separados.

A su vez, la gestión de la imagen no está exenta de regulaciones sociales, como lo son los cánones de la masculinidad dominante (Messerschmidt, 2016). Los relatos de diversos creadores de contenido evidencian cómo las expectativas de género operan: la performance dominante y activa, la potencia sexual, el tamaño del pene son atributos valorados y que se traducen en un mayor rédito económico (Aguilera y Morcillo, 2024). En contraparte, la pasividad sexual y expresiones o estéticas asociadas a la feminidad —como pintarse las uñas— son blanco de críticas y discriminación tanto por los seguidores como por otros creadores de contenido. En este contexto, la creación de personajes y estilos de contenido no solo responden a las preferencias individuales, sino que implica negociar con estas expectativas de mercado y del público consumidor. Así, el estigma no solo se activa por participar del mercado sexual, sino también cuando estos varones se alejan de los modelos de masculinidad dominante que ese mercado reproduce.

Esta tensión permite observar también cómo las formas en las que se narra y se legitima la participación en el mercado sexual están atravesadas por el género. Entre las trabajadoras sexuales callejeras, una estrategia frecuente para enfrentar el estigma ha sido la profesionalización del trabajo, es decir, mostrar que lo hacen “por trabajo” —y no por placer— y especialmente “por sus hijxs”. Esta forma de narrarse funciona como un modo de construir respetabilidad, al correrse de la figura de la “puta”, asociada al goce, y al justificar su actividad como una forma de sustento para sus familias.

En cambio, entre los varones que producen contenido para adultos es habitual la afirmación de que lo hacen “por placer” y que responde a su sexualidad “auténtica”, lo que paradójicamente funciona como un mecanismo que los exime del estigma. Esta idea de autenticidad, además, opera como una forma de distinción dentro de la putarquía y que otorga mayor estatus a quienes no se vinculan con este mercado desde la necesidad económica como motivación principal. Este orden refuerza divisiones internas donde nociones como autonomía, agencia y deseo son el principal sostén de legitimidad. La lógica parece ser: si no se trata de una transacción puramente comercial, entonces no se los identifica plenamente como trabajadores sexuales (Berg 2021). Esta diferencia deja entrever una dimensión generizada del placer. El deseo sexual masculino puede ser exhibido sin penalización pues es lo esperado de una masculinidad dominante; el femenino, en cambio, continúa siendo vigilado y sancionado cuando se manifiesta por fuera de los marcos normativos.

Tanto la regulación de las formas de visibilidad como las posibilidades de narrar la propia experiencia, en tanto posibles tácticas para eludir el estigma, dependen de un conjunto de factores donde juegan un papel no solo los modelos socialmente aceptables de sexualidad masculina y femenina, sino también la imagen que los medios de comunicación construyen. Mientras que los relatos sobre mujeres que hacen comercio sexual callejero suelen centrarse en la marginalidad, el riesgo o la violencia —con frecuencia enmarcadas como víctimas o vinculadas a problemáticas como la droga y la trata de personas— (Justo von Lurzer, 2013), las narrativas que circulan sobre varones creadores de contenido digital tienden a inscribirse en registros de autonomía, creatividad o éxito económico (ver por ejemplo Clarín, 2021; Infobae, 2021). La exposición de estos varones aparece tematizada como una elección intrépida, una estrategia de emprendedurismo o incluso una forma de sacar provecho de su capital erótico e ingenio. En cambio, la participación de mujeres en el mercado sexual rara vez se representa como una decisión autónoma, y mucho menos como una vía legítima de movilidad social. De hecho, en la última década, las representaciones mediáticas de las trabajadoras sexuales se han desarrollado a partir de la figura de la “víctima de trata” donde desaparece cualquier posibilidad de agencia (Puñal Rama y Tamarit, 2017). Esta asimetría discursiva evidencia un reparto desigual de la legitimidad en función del género, pero también del dispositivo a través del cual se comercia la sexualidad: la calle sigue siendo asociada a lo carnal y lo abyecto, mientras que lo digital adquiere un aura de lo estético e inalcanzable. Sin embargo, incluso cuando las mujeres protagonizan relatos mediáticos sobre el mercado sexual digital, reaparecen las

narrativas centradas en la “vulnerabilidad” y la exposición a riesgos (Infobae, 2024). En ese juego de diferencias se configura qué cuerpos pueden ser celebrados por mostrarse y cuáles siguen siendo penalizados y estigmatizados por hacerlo.

Algunos varones creadores de contenido señalan que en las redes sociales logran sostener una imagen de inalcanzabilidad, pero que ese filtro se desvanece cuando se encuentran cara a cara —por ejemplo, en discotecas— con sus seguidores, volviendo más poroso el límite entre lo digital y lo copresencial. Acá también opera la putarquía: cuanto menor es el contacto físico con los clientes —en este caso, suscriptores—, más alto parece ser el lugar que se ocupa en la jerarquía del mercado sexual. Esta valoración se refleja en las concepciones de algunos creadores de contenido, quienes diferencian su actividad de quienes hacen comercio sexual de forma presencial al considerarlos más “vulnerables” o más cercanos a lo “sucio”.

Así, las plataformas digitales actúan como filtros que permiten, al menos en apariencia, modular cuánto de la propia subjetividad se pone en juego en la producción de contenido sexual. El uso de seudónimos y la creación de personajes también son herramientas de las que se valen las mujeres que hacen comercio sexual callejero: donde estas suelen utilizar un segundo teléfono, los creadores de contenido recurren a la segmentación de audiencias mediante perfiles diferenciados en redes sociales. En algunos estratos más altos del sexo comercial, las mujeres también pueden utilizar estrategias de neutralización del estigma, por ejemplo, autodenominarse “escorts”. Sin embargo, en el sexo comercial callejero el precio de la ambigüedad puede llevar a que no se perciba la oferta sexual, con lo cual la visibilidad debe ser mayor y el mensaje más claro. El único margen posible para las mujeres que hacen comercio sexual callejero es tratar de apostar a una zona roja lo suficientemente lejos de su hogar, lo cual, dependiendo del tamaño de la ciudad, no siempre es posible.

Estas distintas tácticas permiten sostener un delicado equilibrio entre visibilidad y anonimato, entre exposición y secreto. Sin embargo, en el caso de los contenidos *online* ese margen de control se vuelve cada vez más frágil a medida que crece la circulación del contenido y se amplían las audiencias. Lo que inicialmente se presenta como una gestión deliberada de la propia imagen —decidir qué mostrar, cómo narrarse, con quién interactuar— comienza a desdibujarse cuando la visibilidad adquiere escala.

#### 4 Entre el *closet* y la organización

Como vimos, la visibilidad en el mercado sexual no solo aparece como una herramienta para monetizar, sino como una condición que tensiona otras dimensiones de la vida. La plataforma OnlyFans ofrece la ilusión de un espacio autónomo de trabajo “solo para fans”, escindido de otros circuitos afectivos y sociales, pero ese recorte es difícil de sostener cuando el contenido se expande más allá de los círculos previstos y se torna nuevamente en la escena pública. Varios creadores refieren experiencias en las que los límites que cuidadosamente trazaron entre sus mundos comienzan a romperse: compañeros de trabajo o familiares que se topan con sus videos, conflictos en los vínculos de pareja a la hora de crear contenido, o incluso un aumento en las exigencias de producción tanto por parte de sus suscriptores que demandan nuevo contenido, como por parte de ellos mismos, en la búsqueda de mantenerse relevantes en un entorno competitivo.

András Zempléni (1996) distingue tres categorías para pensar las tensiones entre quienes poseen un secreto —aquí diríamos que están “en el closet”— y aquellos de quienes se oculta: revelación, comunicación y secreción. La revelación supone “divulgar”, “decir” o “traicionar”, produciendo un relajamiento brusco de la tensión que sostenía la separación y, en consecuencia, anulando el secreto. La comunicación, en cambio, consiste en “confiar”, “transmitir” o “comunicar”; no suprime el secreto, sino que desplaza sus límites, aliviando parcialmente su peso. A diferencia de la

revelación, se realiza hacia confidentes elegidos –depositarios como amigos, pares o íntimos–. Finalmente, la secreción, entendida como “dejar escapar, traspasar, filtrar”, constituye uno de los mecanismos más frecuentes de regulación de la tensión y, por lo tanto, de conservación del secreto. En esta línea, Mario Pecheny (2005) subraya que el secreto no puede “subsistir como tal sin mostrarse de alguna manera a sus destinatarios, mediante fragmentos o señales, lo que no significa que exista revelación o comunicación” (2005:146).

Algunos creadores de contenido deciden mantener su actividad en secreto frente a determinados familiares, un ejemplo común son los padres, aun cuando ya se lo hayan comunicado a otros miembros de sus familias biológicas y elegidas —como hermanos o amistades—. En estos casos, la gestión del secreto no se vincula únicamente con el miedo al estigma, sino con la necesidad de proteger ciertos vínculos de una parte de la propia sexualidad que no se percibe como compatible. Como señala un entrevistado, sus padres son los únicos que no lo conocen “realmente”, aludiendo a que el secreto sobre su participación en el mercado sexual no implica necesariamente una mentira, sino una forma de preservar el vínculo. Como advierte Redman (2016), el hecho de que algunas personas decidan ocultar su participación en el mercado sexual no se explica únicamente por el estigma asociado a dicha actividad. En muchos casos, lo que está en juego es la incomodidad social que acompaña cualquier conversación explícita sobre la sexualidad, especialmente en el ámbito familiar. Para la autora, el tabú más generalizado sobre hablar de sexo con parientes cercanos explica por qué para algunas personas resulta más fácil conversar abiertamente sobre su trabajo sexual con desconocidos que con sus propios familiares.

Esta perspectiva permite matizar ciertas lecturas automáticas sobre el estigma, mostrando que el secreto no siempre es producto del miedo al juicio moral, sino que puede responder a límites relacionales preexistentes sobre aquello que se considera compatible dentro de ciertos vínculos afectivos. En términos estructuralistas, una clave interpretativa para comprender por qué ciertos aspectos de la sexualidad no se consideran compatibles con figuras parentales puede ser el tabú del incesto (Lévi-Strauss, 1967). Este refiere a la prohibición de relaciones sexuales entre determinados parientes consanguíneos, que estructura la organización de los vínculos familiares y las normas sexuales en muchas sociedades. En este sentido, el secreto y la imposibilidad de hablar de sexo o de mostrarse como un ser sexual ante determinados miembros de la familia se puede interpretar como una forma de resguardar vínculos y no necesariamente como un juicio moral.

Las implicaciones más complejas del “estigma de puta” para las mujeres también pueden verse en relación con este punto. Entre las que hacen comercio sexual, la revelación del secreto ante la familia sería algo grave, y sin dudas el mayor temor sería ser expuestas frente a sus hijxs. Aunque en este ámbito el trabajo sexual muchas veces se configura como un “secreto a voces”, su mantenimiento o “secreción” se sostiene a través del “dinero sucio” que las mujeres aportan al sostenimiento familiar (Morcillo, 2017). La secreción, en este sentido, no supone la revelación del secreto, sino su preservación mediante indicios. En general, las mujeres suelen contar con apenas una confidente, quien resulta clave en el sostenimiento entre lo que se muestra y lo que se oculta frente al resto de los vínculos.

Además de intervenir en los lazos familiares las implicancias de la estigmatización también influyen en los vínculos sexo-afectivos. En el caso de los onlyfanners, sus parejas aparecen en los relatos bajo dos modalidades muy diferenciadas: como un pilar fundamental que los acompaña —muchos de ellos se iniciaron en la creación de contenido junto a sus parejas—, o como un campo de batalla en el que la producción de contenido genera constantemente conflictos a causa de los celos y las inseguridades. Estas distintas tensiones muestran que la visibilidad no queda confinada al ámbito de lo digital, sino que permea en distintas áreas de las vidas de los creadores de contenido. En este punto nuevamente podemos notar un contraste con lo que sucede entre las mujeres que hacen comercio sexual. Para ellas la posibilidad de relatar su trabajo ante sus parejas está fuertemente

vedada pues suele producir dos resultados: o bien corren el riesgo de ser reestigmatizadas al interior de su pareja ante cualquier disputa, o bien muchas mantienen en secreto el comercio sexual pues no quieren que sus maridos abandonen su trabajo y pasen a ser “fiolos”<sup>2</sup>. De hecho, el paralelo a la figura de la pareja que se inicia en el mundo de OnlyFans sería aquel del marido-fiolero que introduce a su esposa en el comercio sexual, muchas veces controlando celosamente su accionar y sus ganancias (Tedesco, 2008).

Cuando las revelaciones ocurren en el ámbito laboral, en el caso de los creadores de contenido, el material explícito puede viralizarse y llegar a compañeros de trabajo, jefes e instituciones. En estos casos se producen “altibajos emocionales” producto del miedo a perder sus trabajos por fuera del mercado sexual. Incluso en entornos laborales claramente desligados de la vida personal, las miradas y comentarios de los colegas ponen de relieve que las actividades relacionadas al sexo transgreden normas tácitas de conducta —como los códigos de ética laboral—, reafirmando así el estigma asociado al mercado sexual.

Sin embargo, no todos los casos en los que se produce una brusca revelación corren con la misma suerte. Por ejemplo, en el caso de un creador de contenidos que además era docente de nivel secundario, cuando se hizo público que producía contenido en OnlyFans, fue inmediatamente desvinculado. La lógica disciplinaria de ciertas instituciones —especialmente aquellas asociadas al cuidado, la enseñanza o lo público— opera sobre un ideal de ejemplaridad que vuelve incompatible la participación en el mercado sexual con el rol profesional. Aquí, la línea entre lo privado y lo público se vuelve aún más porosa. Este tipo de situaciones pone en evidencia que la administración del secreto no solo depende de decisiones individuales o del alcance de las plataformas, sino que se encuentra sujeta a normativas, regímenes morales y jerarquías de legitimidad que no afectan por igual a todos los cuerpos ni a todas las trayectorias laborales.

Además del miedo a perder sus trabajos, algunos varones expresan una preocupación más difusa pero persistente: el temor a que la revelación de su participación en el mercado sexual impacte negativamente en sus metas profesionales. Entonces las narrativas de éxito y autonomía que les ofrece la creación de contenido conviven con la anticipación de que les va a “costar más” abrirse camino en sus respectivas carreras. Así, un estudiante de comunicación social se pregunta si podrá construir una autoridad discursiva en los medios a pesar de haber comercializado su sexualidad en OnlyFans; un tripulante de cabina decide eliminar sus cuentas pornográficas al conseguir trabajo en una nueva aerolínea; y un actor de teatro con aspiraciones de trabajar en cine y televisión se debate que tendrá mayor impacto negativo en su futuro en el medio, si participar del reality Gran Hermano o haber tenido un perfil en OnlyFans. Estas experiencias muestran que, aun cuando los varones intentan capitalizar su paso por el mercado sexual como una etapa más en sus trayectorias personales, el estigma no desaparece y se reactiva ante cada intento de reubicarse en otros campos profesionales.

Si bien algunas trabajadoras sexuales también piensan su participación en el mercado sexual como un momento particular con un principio y un fin determinado (más frecuentemente entre las escorts), para muchas no es sencillo pensar en su “carrera” en el mercado sexual. La sanción simbólica que establece el estigma hace que para muchas mujeres comenzar a hacer comercio sexual equivalga a una transgresión, cruzar una barrera de la cual luego es difícil volver. Esta carga simbólica se suma tanto a las asimetrías que marcan las trayectorias en el mercado laboral en detrimento de las mujeres, como a las inequidades en las cargas de cuidados domésticos y redundan en que las mujeres que hacen comercio sexual abandonen toda otra ocupación remunerada. La dificultad de obtener una jubilación y el peso del estigma hacen que, para las mujeres, retirarse del

---

<sup>2</sup> Esta es una de las formas en que se denomina a los “proxenetas” en Argentina (ver Autor, et al 2020).

mercado sexual sea siempre difícil y muchas veces solo logren hacerlo temporalmente (ver también Sanders 2007). A estas diferencias se suma la disparidad económica, aunque tanto las trabajadoras sexuales como los onlyfanners trabajan mayoritariamente “en negro” —informalmente—, en el caso de los creadores de contenido el manejo de divisas y la posibilidad de facturar como monotributistas delinean una posición material diferenciada.

Sin embargo, sostener en secreto la participación en el mercado sexual no solo se liga a las repercusiones en el ámbito familiar, afectivo o laboral. El recurso a tácticas para eludir o confrontar el estigma se liga también a la posibilidad de pensar un antagonista externo o sostener vínculos de competencia interna. Mientras que las trabajadoras sexuales callejeras han identificado históricamente a la policía como principal agente de violencia institucional, los creadores de contenido se desenvuelven sin un antagonista directo. La plataforma OnlyFans —aun con sus censuras y limitaciones— no es experimentada como una fuerza represiva, sino como un entorno de oportunidades. Este es uno de los factores —acaso el más relevante— para que en el universo de las trabajadoras sexuales callejeras la organización política sea una herramienta central para disputar derechos y enfrentar el estigma. En contrapartida, entre los varones que comercian contenido sexual en plataformas digitales es marcada la ausencia de formas de organización en torno a reclamos colectivos.

El caso de AMMAR (Asociación de Mujeres Meretrices de Argentina) —con sus distintas líneas, tensiones ideológicas y anclajes territoriales— es un ejemplo de la respuesta colectiva de las trabajadoras sexuales frente a problemáticas estructurales como la represión policial y la ausencia de derechos laborales. Sus afiliadas han impulsado una narrativa pública que, desafiando al estigma de puta, permitió transformar las experiencias individuales en una causa común. Así, el proceso de participar de la organización supone no solo un cuestionamiento a la internalización del estigma, proceso donde la puesta en común de las experiencias individuales juega un papel clave, sino que la militancia implica también multiplicar el riesgo de la revelación. Sin embargo, muchas trabajadoras sexuales asumen esta apuesta colectiva y entablan una lucha por sus derechos, especialmente contra el hostigamiento policial y poniendo en cuestión el estigma de puta que las acecha.

En cambio, los creadores de contenido no se organizan colectivamente, más allá de ciertas colaboraciones puntuales orientadas a la producción y comercialización de material. Para varios de estos varones no es necesaria ninguna organización pues es la propia plataforma la que les brinda una estructura. OnlyFans se configura entonces como una especie de sustituto del Estado, del gremio, y también de la comunidad. Así, la plataforma ofrece las condiciones materiales para producir, distribuir y monetizar el contenido, y con ello provee una forma de legitimidad solitaria, autogestora y despolitizada, donde lo “colaborativo” suele adquirir un carácter instrumental. En ese marco, la narrativa del éxito personal desplaza la posibilidad de construir un conflicto común: si el problema es individual —sobreexposición, estrés, pérdida de libido, “estar quemado de la cabeza”— también lo será la solución.

## 5 Reflexiones Finales

A mediados de los '80 Gayle Rubin (1984) planteó la idea de que las sociedades construyen una jerarquía sexual y la graficó con una serie de murallas, donde a medida que se avanza se transgreden más barreras morales adentrándose en lo peor del "sexo malo". Rubin también representó esta jerarquía con un "círculo encantado", donde a cada característica de la "sexualidad normal" se le opone un límite exterior. En esta jerarquía, el sexo comercial o por dinero —opuesto al gratuito o "por amor"— ocupa uno de los peores lugares. En medio de las disputas feministas sobre la sexualidad a fines del siglo XX —las "*sex wars*"—, Rubin buscaba mostrar que, al igual que sucede con el género, la sexualidad también puede ser un vector de opresión. Si bien su conceptualización ha sido muy valiosa para considerar el peso específico de las construcciones sociales sobre la sexualidad, creemos que es vital mantener vivo este esfuerzo complejizándolo. De nuestro ejercicio de contrapunto entre las experiencias de estigmatización de quienes ocupan distintos espacios en el mercado sexual —y también en las coordenadas de género y de clase— surge la idea de que podríamos pensar los gráficos de Rubin como una suerte de fractales. Así, al hacer zoom, o mirar más de cerca cada categoría del sexo malo o anormal —ampliando con las lentes del género y la clase— descubrimos otras jerarquías que tendrán distintas implicancias en términos de las experiencias de las personas aludidas y sus posibles respuestas.

El análisis permitió observar cómo la visibilidad, el secreto y el estigma se configuran de manera diferenciada en función del género, la clase y los dispositivos mediante los cuales se comercia la sexualidad. Si bien la participación en el mercado sexual conlleva para ambos grupos la necesidad de gestionar su exposición, las condiciones bajo las cuales esta se negocia son profundamente asimétricas. La sumatoria interseccional de posiciones subalternas o desfavorables va a implicar también una mayor capacidad del estigma para aplinar las distintas dimensiones de la vida cotidiana.

Tanto para unas como para otros, la participación en el mercado sexual mantiene el potencial de sanción social que se reactiva cuando los contenidos circulan más allá de los escenarios previstos. El miedo a perder sus trabajos por fuera del mercado sexual, o a ver truncadas las propias metas profesionales persiste, aunque con matices. Para los varones, el precio de la revelación parece depender de qué tipo de empleo tienen fuera del mercado sexual; para las mujeres, en cambio, las posibilidades de esquivar la penalización son más restringidas y de hecho muchas veces podríamos pensar que se anticipan a la sanción, dejando de lado la posibilidad de tener otros trabajos.

Las trabajadoras sexuales callejeras enfrentan una visibilidad marcada por la territorialidad y la vigilancia policial, con la vulnerabilidad que implica la puesta en juego del cuerpo, tanto en el sentido de la degradación simbólica como material. Por su parte, los varones de OnlyFans acceden a mayores márgenes de control sobre su imagen, amparados por las lógicas de curaduría digital y la categoría de "creadores de contenido", que desdibuja su cercanía al trabajo sexual operando como un neutralizador del estigma. Sin embargo, ese margen de control es siempre relativo: a medida que la visibilidad crece, también lo hacen las tensiones, evidenciando que el estigma no desaparece, sino que se reconfigura en función de las posiciones que los sujetos ocupan.

Una de las diferencias más notorias entre estos dos grupos radica en las estrategias de legitimación/neutralización: para las mujeres, la profesionalización del trabajo sexual aparece como una forma de disputar respeto y enfrentar el estigma, al deslindar su actividad del placer y ligarla al sustento económico. En cambio, los varones de OnlyFans suelen narrar su participación en clave de autenticidad y disfrute, reproduciendo un modelo de sexualidad masculina que los libera de buena parte del peso del "estigma de puta". Aquí también inciden los discursos mediáticos que brindan repertorios muy distintos para aquellos emprendedores exitosos y aquellas que quedan ligadas al mundo de la criminalidad, sea como desviadas o como víctimas. Así unos pueden optar por manejar

su imagen, como emprendedores que sacan rédito de su potencia sexual, y ocultarla solo ante la familia o algún empleador receloso. Mientras que otras se ven empujadas al silencio y el desdoblamiento como forma de intentar mantener —más o menos infructuosamente— su secreto ante casi todos sus vínculos y pagando altos precios por ello.

No obstante, esta diferenciación en las formas en que unos logran gestionar y neutralizar —hasta cierto punto— el estigma, mientras otras se ven empujadas al más profundo secreto y el hostigamiento policial, también repercute en los modos de organización colectiva, o su ausencia. Las trabajadoras sexuales han desarrollado respuestas políticas para enfrentar la precarización y la criminalización, generando espacios de militancia y visibilización —como lo hace en Argentina la organización AMMAR— que habilitan una narrativa distinta para las estigmatizadas. En contraste, los creadores de contenido para adultos no han impulsado formas de organización en torno a reclamos colectivos, apoyándose en la lógica de que plataformas como OnlyFans funcionan organizando tanto recursos como restricciones. En este sentido, la plataforma aparece como sustituto del Estado —en tanto garante de derechos— y justifica la ausencia de los gremios, en clara sintonía con las lógicas del emprendedurismo y el individualismo. El espíritu neoliberal que permea estas lógicas atribuye responsabilidades individuales y de esta forma contribuye a sostener la putarquía en tanto estructura jerárquica que desarticula las posibles alianzas entre trabajadorxs sexuales. Paradójicamente, o no tanto, son quienes están en una posición de mayor subalternidad, estructural y coyunturalmente hablando, quienes entablan una lucha más antagónica contra la estigmatización y cuyas reivindicaciones pueden desestabilizar las relaciones de género, sexualidad y también de clase.

|

## Bibliografía

- Acién González, E., & Checa y Olmos, F. (2020). Estigma, políticas públicas y violencia: Discursos de trabajadoras sexuales activistas sobre la violencia institucional en Argentina y España. *RELIES: Revista del Laboratorio Iberoamericano para el Estudio Sociohistórico de las Sexualidades*, (4), 8–37. <https://doi.org/10.46661/relies.4793>
- Aguilera, E., & Morcillo, S. (2024). La masculinidad del otro te calienta más: Masculinidades y capital erótico en las experiencias de varones argentinos creadores de contenido para adultos en OnlyFans. *Campos - Revista de Antropología*, 24(2). <https://doi.org/10.5380/cra.v24i2.88036>
- Aguilera, E. (2025). De etnógrafo a pornógrafo. Reflexiones sobre el horizonte colaborativo en una etnografía de varones productores de contenido sexual digital en Argentina. *Sudamérica: Revista de Ciencias Sociales*, (22), 441-465. <https://fhmdp.edu.ar/revistas/index.php/sudamerica/article/view/8663/9232>
- Bauman, Z. (2011). Privacy, secrecy, intimacy, human bonds—and other collateral casualties of liquid modernity. *Hedgehog Review*, 13(1), 20–29.
- Berg, H. (2021). *Porn work: Sex, labor, and late capitalism*. University of North Carolina Press.
- CEIL-PIETTE/CONICET. (2007). *Estudio social en trabajadoras sexuales*. Buenos Aires.
- Chapkis, W. (1997). *Live sex acts: Women performing erotic labor*. Routledge.
- Clarín. (2021, 5 de julio). “Estoy ganando 5 veces más que antes”: el ingeniero que dejó su trabajo en un banco para vender sus videos hot en OnlyFans. [https://www.clarin.com/viste/-ganando-5-veces-ingeniero-dejo-trabajo-banco-vender-videos-hot-onlyfans\\_0\\_e0Of-PHrk.html](https://www.clarin.com/viste/-ganando-5-veces-ingeniero-dejo-trabajo-banco-vender-videos-hot-onlyfans_0_e0Of-PHrk.html)
- Cox, O. (2020). The “whorearchy”: Webcamming and prostitution. *Albany Law Review*, 84(2), 509–535.
- Daich, D., & Varela, C. (2014). Entre el combate a la trata y la criminalización del trabajo sexual: las formas de gobierno de la prostitución. *Delito y Sociedad*, 23(38), 63–86.
- Figari, C. (2008). *Carreras desviantes y outsiders: Una aproximación a la homosexualidad en la Escuela de Chicago* [Ponencia]. V Jornadas de Sociología de la UNLP, La Plata, Argentina. [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.6048/ev.6048.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.6048/ev.6048.pdf)
- Fuentes, K. (2022). Sex worker collectives within the whorearchy: Intersectional inquiry with sex workers in Los Angeles, CA. *Affilia*, 38(2), 224–243. <https://doi.org/10.1177/08861099221103856>
- Gall, G. (2016). *Sex worker unionization: Global developments, challenges and possibilities*. Palgrave Macmillan.
- Goffman, E. (1986). *Estigma: La identidad deteriorada*. Amorrortu. (Trabajo original publicado en 1963)
- Hardon, A., & Posel, D. (2012). Secrecy as embodied practice: Beyond the confessional imperative. *Culture, Health & Sexuality*, 14(S1), S1–S13. <https://doi.org/10.1080/13691058.2012.726376>
- Infobae. (2021, 20 de febrero). OnlyFans, “dinero fácil” con altos riesgos: historias de a quienes subir contenido erótico les cambió la vida y del índice de desigualdad de la plataforma. <https://www.infobae.com/america/mundo/2021/02/20/onlyfans-dinero-facil-con-altos-riesgos-historias-de-a-quienes-les-cambio-la-vida-subir-contenido-erotico-y-el-indice-de-desigualdad-de-la-plataforma/>

- Juliano, D. (2002). *La prostitución: El espejo oscuro*. Icaria.
- Juliano, D. (2003). Prostitución: El modelo de control sexual femenino a partir de sus límites. En R. Osborne & O. Guasch (Eds.), *Sociología de la sexualidad* (pp. 178–198). Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Justo Von Lurzer, C. (2013). Representaciones distorsionadas. El mercado del sexo desde el prisma del delito de trata. *Sociales a Debate*, \*4\*, 55-59.
- Koken, J. A., Bimbi, D. S., & Parsons, J. T. (2009). Male and female escorts: A comparative analysis. En R. Weitzer (Ed.), *Sex for sale: Prostitution, pornography, and the sex industry* (2nd ed., pp. 205–232). Routledge.
- Kong, T. S. K. (2009). More than a sex machine: Accomplishing masculinity among Chinese male sex workers in the Hong Kong sex industry. *Deviant Behavior*, \*30\*(8), 715–745. <https://doi.org/10.1080/01639620902854654>
- Leigh, C. (2004). *Unrepentant whore: The collected writings of Scarlet Harlot*. Last Gasp.
- Lévi-Strauss, C. (1967). *Las estructuras elementales del parentesco*. Paidós.
- Marx, G., & Muschert, G. W. (2009). Personal information, borders, and the new surveillance studies. *Annual Review of Law and Social Science*, \*5\*, 191–218. <https://doi.org/10.1146/annurev.lawsocsci.093008.131639>
- Mathieu, L. (2014). Invisibiliser et éloigner : quelques tendances des politiques de la prostitution. *Regards croisés sur l'économie*, \*15\*(2), 290–301. <https://doi.org/10.3917/rce.015.0290>
- Messerschmidt, J. (2016). *Masculinities in the making: From the local to the global*. Rowman & Littlefield.
- Minichiello, V., Scot, J., & Cox, C. (2018). Commentary: Reversing the agenda of sex work stigmatization and criminalization: Signs of a progressive society. *Sexualities*, \*21\*(5–6), 730–735. <https://doi.org/10.1177/1363460716684510>
- Monje Silva, A., Méndez, F. M., Bermúdez, N., Irrazábal, G., & Pérez, I. (2024). *Condiciones de vida de las personas que ofrecen servicios sexuales en Argentina*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://doi.org/10.18235/0005539>
- Morcillo, S. (2017). Mujeres invisibles. Políticas del ocultamiento entre mujeres que hacen comercio sexual. *Trabajo y Sociedad*, (29), 41–60.
- Morcillo, S. (2021). *Sexo por dinero. Experiencias e identificaciones de mujeres que hacen sexo comercial*. TeseoPress. <https://www.teseopress.com/sexopordinero/> (Trabajo original publicado en 2014)
- Morcillo, S. (2023). De la puta al prostituyente. Producción de sujetos en políticas sobre prostitución y trata de personas. *Configurações*, (32). <https://doi.org/10.4000/configuracoes.19298>
- Morcillo, S., Martynoswkyj, E., & De Stéfano, M. (2020). "Negros, mafiosos y ortibas": Masculinidades y proxenetas en los relatos de varones que pagan por sexo en Argentina. *Revista Cuestiones de Sociología*, (23), e102. <https://doi.org/10.24215/23468904e102>
- Parker, R., & Aggleton, P. (2003). HIV and AIDS-related stigma and discrimination: A conceptual framework and implications for action. *Social Science & Medicine*, \*57\*(1), 13–24. [https://doi.org/10.1016/S0277-9536\(02\)00304-0](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(02)00304-0)
- Pecheny, M. (2005). Identidades discretas. En L. Arfuch (Ed.), *Identidades, sujetos y subjetividades: narrativas de la diferencia* (pp. 125–138). Prometeo.

- Pheterson, G. (2000). *El prisma de la prostitución*. Talasa Ediciones.
- Phoenix, J. (2009). *Regulating sex for sale: Prostitution policy reform in the UK*. Policy Press.
- Puñal Rama, A. B., & Tamarit, A. (2017). La construcción mediática del estigma de prostituta en España. *ex æquo*, (35), 101–123. <https://doi.org/10.22355/exaequo.2017.35.07>
- Redman, S. (2016). *Female and male escorts in the UK: A comparative analysis of working practices, stigma and relationships* [Tesis de maestría, University of Leeds]. White Rose eTheses Online. <https://etheses.whiterose.ac.uk/16894/>
- Rubin, G. (1984). Thinking sex: Notes for a radical theory of the politics of sexuality. En C. S. Vance (Ed.), *Pleasure and danger: Exploring female sexuality* (pp. 267–319). Routledge & Kegan Paul.
- Sabsay, L. (2011). *Fronteras sexuales: Espacio urbano, cuerpos y ciudadanía*. Paidós.
- Sadownick, D. (1996). *Sex between men: An intimate history of the sex lives of gay men postwar to present*. HarperCollins.
- Sanders, T. (2007). Becoming an ex-sex worker: Making transitions out of a deviant career. *Feminist Criminology*, \*2\*(1), 74–95. <https://doi.org/10.1177/1557085106294845>
- Sanders, T. (2017). Unpacking the process of destigmatization of sex work/ers: Response to Weitzer ‘Resistance to sex work stigma’. *Sexualities*, \*21\*(5-6), 736–739. <https://doi.org/10.1177/1363460716677731>
- Scarlett Alliance [@scarletalliance]. (2024, 8 de agosto). *Whorearchy is the perceived hierarchy of different types of sex workers based on the idea that some types of sex work are inherently “better” or more acceptable than others* [Publicación de X]. X. <https://x.com/scarletalliance/status/1821697977368342707>
- Schuchmann, S. (2025). Elites of the Whorearchy—OnlyFans creators’ power, identity and sex work stigma negotiation. *Gender, Work & Organization*. Artículo adelantado en línea. <https://doi.org/10.1111/gwao.13210>
- Simmel, G. (1906). The sociology of secrecy and of secret societies. *American Journal of Sociology*, \*11\*(4), 441–498. <https://doi.org/10.1086/211418>
- Tedesco, L. da L. (2008). *Explorando o negócio do sexo: uma etnografia sobre as relações afetivas e comerciais entre prostitutas e agenciadores em Porto Alegre/RS* [Tesis de maestría, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Repositorio Institucional UFRGS.
- Toubiana, M., & Ruebottom, T. (2022). Stigma hierarchies: The internal dynamics of stigmatization in the sex work occupation. *Administrative Science Quarterly*, \*67\*(2), 515–552. <https://doi.org/10.1177/00018392221075344>
- Varela, C., & Martynovskij, E. (2021). De cabaret vip a circuito prostituyente: nuevas fronteras para la visibilidad del comercio sexual. *Zona Franca*, (29), 218–246. <https://doi.org/10.35305/zf.vi29.221>
- Varela, C., & Morcillo, S. (2023). La invención de Carol Leigh o el nacimiento de Scarlot Harlot. *Encrucijadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales*, \*23\*(2), tc2304. <https://recyt.fecyt.es/index.php/encrucijadas/article/view/102942>
- Vanwesenbeeck, I. (2013). Prostitution push and pull: Male and female perspectives. *The Journal of Sex Research*, \*50\*(1), 11–16. <https://doi.org/10.1080/00224499.2012.696285>
- Weitzer, R. (2017). Resistance to sex work stigma. *Sexualities*, \*21\*(5–6), 717–729. <https://doi.org/10.1177/1363460716684509>

Zempléni, A. (1996). Savoir taire. Du secret et de l'intrusion ethnologique dans la vie des autres. *Gradhiva*, (20), 23–42. <https://doi.org/10.3406/gradh.1996.905>