

El cuerpo y la subjetividad en la era digital: autopercepción corporal en creadoras de contenido pornográfico del Valle de Aburrá.

Autores: María Alejandra Montoya Colorado, Sandra Milena Madrid Euse, Laura Estefanía Montenegro Ramírez, Juan Diego Murillo Zea, Juan Gabriel Tabares Cifuentes, Giovanni Fernando Pavas Restrepo.

Asesor: Jorge Iván Jaramillo Zapata.

Programa de Psicología - Universidad Católica Luis Amigó

Medellín, 2025.

Resumen.

A través del presente artículo se exponen los hallazgos de una investigación cualitativa de corte fenomenológico, orientada desde un enfoque cognitivo conductual, la cual explora la autopercepción corporal de tres mujeres, entre los 20 y 25 años, generadoras de contenido pornográfico en el área Metropolitana del Valle de Aburrá. Teniendo como base los aportes de la teoría de los esquemas de Jeffrey Young y la teoría de la autopercepción de Darly Bem, se analizan las formas en que las participantes construyen su imagen corporal, configuran significados simbólicos que atribuyen a su cuerpo y las implicaciones subjetivas que se pueden derivar de su exposición en plataformas digitales, en un proceso mediado por la constante retroalimentación. La metodología empleada incluyó entrevistas semiestructuradas y la aplicación de la prueba AF-5 Autoconcepto, lo que permitió comprender la experiencia vivida de las participantes y las narrativas subjetivas que revelan los procesos de construcción simbólica referentes al cuerpo, la autoimagen, la validación externa y los estándares estéticos promovidos e impuestos por la industria digital del entretenimiento para adultos.

Los resultados muestran una tensión entre la autonomía corporal y la necesidad de validación externa, donde la retroalimentación social y la competencia entre modelos buscando un ideal estético, hacen que el cuerpo se convierta en una herramienta económica, símbolo de valor y objeto de constante evaluación. Se concluye que la autopercepción corporal de las creadoras de contenido está influenciada por esquemas disfuncionales tempranos, procesos de aprendizaje observacional, refuerzo social y mecanismos de autopercepción derivados de la exposición continua al juicio digital, lo cual resalta la importancia de abordar este fenómeno desde una mirada integral en la cual se tenga presente la salud mental, la identidad y la cultura digital contemporánea.

Palabras clave: autopercepción corporal, autoconcepto, subjetividad, esquemas disfuncionales, industria pornográfica, plataformas digitales, distorsión cognitiva.

Abstract.

This article presents the findings of qualitative phenomenological research, oriented from a cognitive behavioral approach, which explores the body self-perception of three women, between 20 and 25 years old, who generate pornographic content in the Metropolitan Area of the Aburrá Valley. Based on the contributions of Jeffrey Young's theory of schemas and Daryl Bem's theory of self-perception, the ways in which participants construct their body image, configure symbolic meanings that they attribute to their body and the subjective implications that can be derived from their exposure on digital platforms are analyzed, in a process mediated by constant feedback. The methodology used included semi-structured interviews and the application of the AF-5 Self-concept test, which allowed understanding the lived experience of the participants and the subjective narratives that reveal the processes of symbolic construction regarding the body, self-image, external validation and aesthetic standards promoted and imposed by the digital adult entertainment industry.

The results show a tension between bodily autonomy and the need for external validation, where social feedback and competition between models seeking an aesthetic ideal make the body become an economic tool, a symbol of value and an object of constant evaluation. It is concluded that the body self-perception of content creators is influenced by early dysfunctional schemas, observational learning processes, social reinforcement and self-perception mechanisms derived from continuous exposure to digital judgment, which highlights the importance of addressing this phenomenon from a comprehensive perspective in which mental health is considered, identity and contemporary digital culture.

Keywords: body self-perception, self-concept, subjectivity, dysfunctional schemas, pornographic industry, digital platforms, cognitive distortion.

Introducción.

El cuerpo en esta era digital, época actual a través de las plataformas digitales y en este caso las producciones pornográficas, permiten la visibilidad corporal, donde la validación depende del número de seguidores e interacciones que en algunos casos son con el propósito de obtener un beneficio económico. Este hábito y trabajo tiene una presión constante de permanecer en el medio por el ideal de imagen de belleza evolucionado, cambiante y competitivo.

En esta era de la digitalizada el cuerpo ha ido adquirido una nueva base central, donde ya no solo se trata de la presencia corpórea, sino además de una imagen, de una marca y como un producto. Este nuevo concepto de cuerpo se observa en plataformas digitales para adultos como lo son OnlyFans, Chaturbate o Pornhub, plataformas en las personas exhiben su cuerpo ante la mirada de un público, de espectadores conectados alrededor del mundo, quienes no solo consumen el contenido, sino que además lo “califican” y retroalimentan en vivo, donde el cuerpo entonces se convierte en un elemento simbólico, en un elemento “material”.

Este concepto de economía de una exposición corporal ha ido cambiando la forma en que los seres humanos nos relacionamos, no solo entre nosotros mismos, sino también con el cuerpo y nuestra identidad. Centrando un poco la mirada, en Colombia, partiendo de datos citados por el autor Ospina, D. (2024), el país se encuentra de tercero a nivel Latinoamericano en producción de contenido para adultos, donde de un millón de habitantes, el 4,9 son creadores de este tipo de contenido. Y es que en esta cifra encontramos vidas sumergidas entre la búsqueda y deseo de autonomía económica y los diferentes desafíos de carácter emocionales derivados de la implicación de convertir el cuerpo en un elemento de remuneración económica

En consecuencia, el auge manifiesto de las plataformas digitales actuales ha generado y a su vez, permitido que las mujeres vean en la creación de contenido para adultos una alternativa de trabajo diferente, flexible, libre (aparentemente) de intermediarios y rentable; aunque esta misma visibilidad mencionada, muestra una subjetividad marcada por juicios de valor, presiones para el cumplimiento de estándares estéticos y demanda por validación. Sabater, V. (2023), advierte que una estigmatización a quienes se lucran de la industria

pornográfica genera en estas un impacto en la capacidad de generar vínculos afectivos, como en la autoestima.

“Las cogniciones forman estructuras complejas relativamente estables que se denominan esquemas con contenidos llamados creencias que se refieren a las evaluaciones, reglas, expectativas y suposiciones que influyen en los recuerdos y las asociaciones de los individuos.” (Beck, A., como se citó en Neufeld, C. et al. 2023). Desde este planteamiento, la autopercepción del cuerpo no solo se refiere al valor dado al cuerpo físico, también a los esquemas mentales, de las creencias y las experiencias de cada persona; influyendo estas creencias en el ámbito emocional, comportamental, en el concepto motivacional y en la relación del pensamiento versus lo que se siente.

Cuando se habla desde lo cultural, mostrar y exhibir el cuerpo femenino en plataformas digitales para adultos, se habla de un establecimiento de dinámica y dominio de poder, recayendo en quien provee, mira y consume el contenido; pero, por otro lado, se habla de una vulnerabilidad de índole psicológica, en términos de juicios, comparaciones y también expectativas relacionadas con el cuerpo y del cómo trabajan las generadoras de contenido para adultos. Así, el estado de vulnerabilidad mencionado desde la teoría cognitivo conductual se puede señalar la activación de pensamientos automáticos, lo que en términos de creencias nucleares refuerza el valor de la persona, que estructura diferentes interpretaciones a respuestas conductuales y emocionales; siendo la exposición a la mirada de unos otros un modo de configuración a un estilo denotado de vida y de cómo se percibe el mundo.

Desde lo planteado, entender el cómo estas creadoras de contenido para adultos perciben el cuerpo, se torna importante para poder abordar los alcances sociales y psicológicos de ejercer estas prácticas. El presente artículo precisamente se pregunta por la autopercepción, enfocándose particularmente en tres mujeres entre los 20 a 25 años del Área Metropolitana del Valle de Aburra, desde un enfoque del corriente cognitivo conductual de la psicología, retomando la teoría de los esquemas de Jeffrey Young, teoría que expone cómo los patrones de pensamientos que se forman en el ciclo vital de la infancia influyen en la forma en que se relacionan y se valoran las personas; además “define los esquemas desadaptativos tempranos como patrones generalizados, compuestos por recuerdos,

emociones, cogniciones y sensaciones corporales que se inician en la infancia y se repiten a lo largo de la vida”. (Young, J., como se citó en Zambonino Jácome, S. 2022). Ahora bien, el cuerpo entonces se torna en una base donde se incrustan elementos emocionales de las vivencias de cada persona, elementos que se van manifestando ante situaciones de bloqueo o tensión, donde se puede reflejar patrones internos de funcionamiento. Entonces, el cuerpo no solo se percibe como algo meramente estético o biológico, sino el espacio donde interactúan los esquemas aprendidos a través de los primeros vínculos afectivos, tales como pueden ser el rechazo, la aceptación o el abandono, los cuales influyen en lo corporal en conceptos como el desapego o el autocuidado.

En consecuencia, del enfoque mencionado, la teoría de la autopercepción de Daryl Bem, plantea que las emociones y las actitudes configuran el comportamiento a través de la observación. “La teoría de la autopercepción se fundamenta en el argumento de que los individuos interpretan sus acciones del mismo modo que interpretan las de los demás, y que la acción de cada individuo está influenciada por el entorno social y no por su libre albedrío”. (Bem, D., como se citó en Mohebi, L. & Bailey, F. 2020). Mencionado lo anterior, la teoría de la autopercepción plantea que los seres humanos logran a identificarse y reconocerse a si mismas a partir de la observación de otro, pudiendo cada individuo suponer rasgos, emociones o actitudes, desde la percepción depositada en otros, actuando como observador, convirtiéndose también en agente de las propias experiencias.

Las teorías anteriormente mencionadas permiten el poder entender cómo las cogniciones acerca del cuerpo y su apariencia, se moldean gracias a las experiencias tempranas, como lo son la autoexigencia o la necesidad de aprobación, a través de la repetición de conductas de autopromoción y exhibición en plataformas digitales de difusión de contenido para adultos, donde para las participantes de la investigación, el cuerpo constituye una entrada económica, un espacio simbólico y también una identidad, donde habitan el reconocimiento, el poder y el deseo. Allí la autopercepción no es un simple reflejo de la “realidad”, por el contrario, se transforma en una construcción influida por esquemas, discursos y emociones, consignados en la red.

En el presente artículo se resaltan los esquemas desadaptativos tempranos y la autopercepción corporal, por medio de un relacionamiento con el propio cuerpo, teniéndose

la intención de mostrar y evidenciar las experiencias desde una narrativa aportada por tres mujeres entre los 20 a 25 años de edad del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, generadoras de contenido para adultos, y cómo estas sostienen una relación transaccional recurrentemente con su cuerpo, enfrentando una dicotomía entre la dependencia a un juicio de un otro y su autonomía, entre la búsqueda de cumplir un estándar estético y la aceptación de sí misma. Así el entendimiento del fenómeno no solo aporta conocimiento acerca de la autopercepción del cuerpo, también contribuye al debate actual acerca de la subjetividad femenina en una era marcada por la digitalización, donde el cuerpo se transforma en un reflejo de la tensión entre validación y libertad.

Metodología.

Este estudio adopta un enfoque cualitativo de tipo fenomenológico, orientado a comprender las experiencias subjetivas de tres mujeres entre 20 y 25 años del Área Metropolitana del Valle de Aburrá que desarrollan contenido pornográfico en plataformas webcam. La muestra fue seleccionada mediante muestreo intencional, quienes voluntariamente accedieron a compartir sus vivencias en el marco de la investigación.

Se emplearon entrevistas semiestructuradas en profundidad como técnica principal de recolección de datos, realizadas en modalidad virtual para garantizar comodidad y privacidad. Las entrevistas fueron grabadas con consentimiento informado, transcritas de forma literal y analizadas mediante codificación temática.

El procedimiento incluyó una fase de contacto ético, entrega de información sobre el estudio, firma digital del consentimiento informado, y desarrollo de las entrevistas en sesiones individuales.

Se garantiza la confidencialidad de las participantes mediante el uso de seudónimos y la omisión de datos identificables.

Diseño de la investigación.

El estudio se enmarca en un enfoque cualitativo y de tipo fenomenológico, orientado a comprender la autopercepción corporal desde la experiencia vivida de las participantes. Este enfoque permitió explorar el significado que las mujeres atribuyen a su cuerpo dentro de la industria digital del entretenimiento para adultos, reconociendo sus emociones, pensamientos y motivaciones.

De acuerdo con Van Manen (2003), la fenomenología busca “transformar la experiencia vivida en una expresión textual de su esencia” (p. 36), propósito coherente con el interés de esta investigación: describir cómo las creadoras de contenido experimentan, interpretan y significan su propio cuerpo en relación con la exposición mediática y la retroalimentación del público.

Paradigma epistemológico

El paradigma adoptado fue el cualitativo-interpretativo, centrado en la comprensión del fenómeno desde la subjetividad de las participantes. Este paradigma valora la voz de quienes viven la experiencia, más que la medición de variables, permitiendo interpretar el cuerpo y la subjetividad como construcciones simbólicas enmarcadas en un contexto social y cultural específico (Vera Vélez, 2010).

Participantes.

La muestra estuvo conformada por tres mujeres jóvenes, generadoras de contenido pornográfico residentes en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá (Antioquia, Colombia), con edades entre 20 y 25 años. Se empleó un muestreo intencional o por criterios, dado que el objetivo era profundizar en casos que representaran de forma significativa el fenómeno estudiado.

Para preservar la confidencialidad, las participantes fueron identificadas mediante seudónimos: Paola (Participante 1), Dakota (Participante 2) y Karla (Participante 3). Todas accedieron voluntariamente a participar en las entrevistas, firmando un consentimiento informado que garantiza el uso ético y anónimo de la información.

Criterios de inclusión y exclusión.

Estos criterios de inclusión y exclusión se definieron con el objetivo de poder garantizar una coherencia de índole metodológica para el estudio propuesto, siendo consecuente con el enfoque establecido, siendo este cualitativo, fenomenológico e interpretativo, enfocándose en poder comprender la experiencia vivida de tres mujeres generadoras de contenido pornográfico en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, con edades entre los 20 y 25 años. Según lo planteado por Van Manen, M. (2003) la fenomenología busca “transformar la experiencia vivida en una expresión textual de su esencia”, siendo entonces importante el poder seleccionar participantes que narran las diferentes vivencias subjetivas en cuanto a la autopercepción de su cuerpo.

Los criterios entonces se separan de la siguiente manera:

1. Los criterios de inclusión (mujeres que cumplieran):

- A) Mujeres entre los 20 y 25 años, permitiendo tener un rango caracterizado por una exploración de identidad, como un establecimiento del autoconcepto.
- B) Que dichas mujeres vivan en Área Metropolitana del Valle de Aburrá, siendo este con contexto geográfico con una concentración importante de creadoras de contenido para adultos, esto según lo planteado por estudios mencionados por Vargas, A. (2020) acerca de la hipermediatización en cuanto a la sexualidad y la representación del cuerpo.
- C) Ser generadoras de contenido para adultos activas durante la realización de las entrevistas semiestructuradas, en plataformas digitales como Chaturbate, asegurando así actualidad en los testimonios.
- D) Que la participación de las mujeres sea de manera voluntaria, firmando un consentimiento informado, dando así confidencialidad, autonomía y respeto a las participantes.
- E) Que las participantes con disposición y de manera voluntaria, puedan realizar la batería AF-5 de Autoconcepto y responder la entrevista semiestructurada.

El cumplimiento de estos criterios permitió recolectar testimonios y experiencias sobre la autopercepción del cuerpo auténticas.

2. Los criterios de exclusión:

- A) Se excluyen las mujeres que por algún motivo no estuviesen generando contenido para adultos en diferentes plataformas digitales en los últimos tres meses, pues esto representaría una ausencia de actualidad y vigencia en sus testimonios y narrativas.
- B) Se excluyen mujeres que presentan algún tipo de diagnóstico de trastorno mental que pudiese comprometer la participación voluntaria de estas, así como su capacidad de introspección.
- C) Se excluyen las mujeres que no cumplieren los rangos de edad establecidos en los criterios de inclusión o que residiera fuera del área territorial establecidos.

El establecimiento de estos criterios responde a la metodología fenomenológica establecida para el presente estudio, buscando entender la experiencia dada por el contexto establecido de las tres mujeres generadoras de contenido pornográfico en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, con edades entre los 20 y 25 años.

Instrumentos de recolección

1. **Entrevistas semiestructuradas:** se elaboró una guía de preguntas abiertas orientada a indagar la percepción corporal, los significados atribuidos al cuerpo, la influencia del entorno digital y la relación con los estándares estéticos predominantes. Las entrevistas fueron grabadas y transcritas íntegramente para su análisis.
2. **Prueba AF-5 de Autoconcepto (García & Musitu, 2023):** instrumento psicométrico utilizado para complementar la comprensión de la autopercepción, evaluando dimensiones del autoconcepto personal, físico, social, emocional y académico. Los resultados cuantitativos de esta prueba fueron triangulados con la información cualitativa obtenida en las entrevistas.
3. **Matriz de Recolección de Información:** permitió organizar los datos emergentes por categorías temáticas: autopercepción corporal, esquemas disfuncionales, motivaciones, significados del cuerpo y facilitar la comparación entre los testimonios, manteniendo la coherencia con los objetivos del estudio.

Procedimiento.

El proceso investigativo se desarrolló entre mayo y septiembre de 2025 y comprendió cuatro fases:

1. **Diseño y planificación:** revisión teórica, construcción de los instrumentos y definición de criterios de selección de las participantes.

2. **Recolección de información:** aplicación de la prueba AF-5 y realización de entrevistas presenciales y virtuales, cada una con una duración promedio de 60 minutos.
3. **Transcripción y codificación:** las entrevistas fueron transcritas de manera literal y analizadas mediante un proceso de codificación abierta, identificando unidades de sentido relacionadas con las categorías previamente definidas.
4. **Análisis fenomenológico:** se interpretaron los relatos desde los marcos teóricos de Young (2009) y Bem (1972), buscando comprender la relación entre los esquemas cognitivos, la autopercepción corporal y las dinámicas digitales contemporáneas.

Consideraciones éticas.

La investigación se realizó bajo los principios éticos de respeto, confidencialidad y consentimiento informado, siguiendo las orientaciones del *Código Deontológico y Bioético del Psicólogo Colombiano* (Ley 1090 de 2006). Las participantes fueron informadas sobre los objetivos del estudio y su derecho a retirarse en cualquier momento. Ningún dato personal fue divulgado y todos los testimonios se manejaron con estricta reserva.

Resultados y Discusión.

El análisis de la información se organizó en cuatro categorías derivadas del marco teórico y de los objetivos específicos: autopercepción corporal, esquemas disfuncionales, motivaciones y significados atribuidos al cuerpo. Las voces de las participantes fueron contrastadas con las teorías de Jeffrey Young, Daryl Bem, Aaron Beck, Fernando González, María Vargas y, lo que permitió comprender la experiencia del cuerpo en la era digital desde una mirada psicológica y conductual.

1. Autopercepción corporal

Las tres participantes manifestaron una autoimagen positiva, asociada a la seguridad personal y a la validación social obtenida a través de sus plataformas. La participante 1 relató que la retroalimentación del público fortaleció su autoestima: “todo el día eran halagos, me decían cosas bonitas... eso me ayudó a sentirme mucho más segura”. La participante 2 expresó un vínculo instrumental con su cuerpo, al describirlo como su “fuente de ingresos” y “lo más valioso que tengo”, mientras que la participante 3 lo concibió como “una herramienta de trabajo”.

Este hallazgo revela que las participantes no experimentan la exposición corporal como vulnerabilidad, sino como empoderamiento mediado por la percepción de control sobre su imagen. Sin embargo, esta autopercepción está profundamente influida por la validación externa: los “likes”, comentarios y ganancias actúan como reforzadores conductuales que afianzan su seguridad, tal como lo plantea la teoría de la autopercepción de Bem (1972), según la cual el individuo infiere su propio valor observando sus actos ...

2. Esquemas disfuncionales

A pesar de la aparente seguridad, emergieron esquemas de autoexigencia y comparación que revelan la presencia de cogniciones desadaptativas tempranas. La participante 2 manifestó una autocrítica constante: “siempre hay alguien más bonita que tú... el estándar nunca te lo quitas, porque la competencia es demasiado grande”. De forma similar, la participante 3 reconoció que al inicio se sintió insegura y temerosa del juicio ajeno, aunque aprendió a “manejarlo con el tiempo”. Estas narrativas reflejan la activación de esquemas.

La tensión entre autonomía y dependencia resulta central: las mujeres se perciben dueñas de su cuerpo, pero su autoestima se ancla en la aprobación externa. Esta ambivalencia ilustra la paradoja de la subjetividad contemporánea: mientras más visible es el cuerpo, más frágil se vuelve el vínculo con uno mismo (Béjar Merino, 2024).

3. Motivaciones

Las motivaciones que llevaron a las participantes a ingresar a la industria del contenido para adultos fueron principalmente económicas y relacionadas con la autonomía personal, aun...

Los resultados muestran que el cuerpo se configura como un capital simbólico y económico, articulando la supervivencia material con el reconocimiento social. Este doble valor del cuerpo coincide con Vargas (2020), quien sostiene que la hipermediatización de la sexualidad en la era digital redefine la relación entre cuerpo, deseo y subjetividad. La motivación económica se entrelaza con un deseo emocional: sentirse admiradas, bellas y significativas. De esta manera, el cuerpo se convierte en una fuente de ingresos.

4. Significados atribuidos al cuerpo

En las tres entrevistas, el cuerpo aparece como símbolo de poder y pertenencia, pero también como escenario de conflicto interno...

Según González (2009), la autopercepción corporal implica pensamientos, creencias y emociones sobre la apariencia que influyen directamente en la autoestima. En las participantes, el cuerpo se convierte en un espacio de subjetivación donde se articulan identidad, valor social y sentido de vida. Sin embargo, la constante necesidad de aprobación digital refuerza la fragilidad del yo y el riesgo de alienación.

En el discurso de la participante 3 se vislumbra una reapropiación simbólica: al concebir su cuerpo como marca ...

En síntesis, los resultados evidencian que las participantes construyen una autopercepción híbrida: empoderada hacia el exterior, pero frágil en su base interna. La exposición digital transforma no solo la economía del deseo, sino también la arquitectura emocional del yo. Comprender estas tensiones permite reconocer el cuerpo como una construcción cultural, psicológica y simbólica donde convergen la autonomía, la validación y la búsqueda de sentido en la subjetividad femenina contemporánea.

Conclusiones y consideraciones finales.

La presente investigación dio una respuesta a la pregunta planteada de ¿Cuál es la autopercepción corporal de tres mujeres generadoras de contenido pornográfico en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, con edades entre los 20 y 25 años? Los resultados mencionados a través de este artículo muestran que la percepción acerca del propio cuerpo de las participantes se va estableciendo como un proceso que se ve permeado por la validación externa y social, de prácticas que exponen su cuerpo en las plataformas digitales y de esquemas cognitivos tempranos; siendo este proceso dinámico.

La investigación entonces permitió la realización del objetivo general planteado, siendo este analizar la autopercepción que tienen sobre su cuerpo, tres mujeres generadoras de contenido pornográfico, ubicadas en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, con edades entre los 20 y 25 años, esto a partir de una triangulación entre la batería realizada AF-5, la matriz de recolección de información y la entrevista semiestructurada realizada a tres mujeres generadoras de contenido para adultos, residentes del área Metropolitana del Valle de Aburrá. A través de la mencionada triangulación se pudo establecer que la autopercepción del cuerpo en estas mujeres es una construcción de índole dinámica donde se encuentran de manera transversal los conceptos de autoimagen, la narrativa personal y la validación externa.

Ahora bien, se pudo evidenciar otros aspectos durante la investigación. Primero, se pudo establecer que las participantes tienen una concepción de su imagen externa fortalecida, la cual se sostiene por las devoluciones de carácter positivas de los espectadores de las sesiones, como también por percepción de control que tienen las participantes acerca de su imagen digital. Pero este “poder” va ligado con esquemas cognitivos de comparación y también de autoexigencia, que hace parte como describe Young, J., et al (2003), esquemas que reproducen una dependencia de la aprobación ajena.

Como segundo, la investigación pudo establecer que, en cuanto a las motivaciones de las participantes para generar contenido, se encuentra la necesidad económica, un deseo de reconocimiento y de autonomía, donde el cuerpo se percibe como un instrumento, pero

también como un símbolo, es decir, el cuerpo se torna un medio de identidad, de poder y belleza, pero sobre todo como un generador de dinero. Así, en esta ambivalencia, emerge tensión entre la presión por cumplir estándares estéticos y la libertad que tienen de exhibirse.

Por otro lado, también se logra establecer que la exhibición continua a través de plataformas digitales, tales como *Chaturbate*, va moldeando la autopercepción hacia, como se plantea en la teoría de la autopercepción de Bem (Ruiz, L. 2019), un proceso de observación recursiva; donde las participantes comienzan a observarse a partir de la mirada externa, de otros, interiorizando un mecanismo de evaluación, el cual va reforzando la autoimagen y limitando la autocompasión.

De esta manera surgen además algunas rutas posibles para explorar que sugieren profundizar en el concepto de la subjetividad del cuerpo en la era digital, surgiendo necesidades como indagar en las dimensiones en lo emocional relacionado con el trabajo en industrias eróticas digitales, en conceptos como la culpa, la ansiedad o incluso la vergüenza, y de cómo influyen en la autopercepción de las creadoras de contenido. Además, resulta importante ampliar la mirada hacia otras diversidades y géneros, que permita esta mirada abordar procesos de validación o de construcción del yo en hombres y/o personas no binarias.

También surge una cuestión pertinente ante la relación existente entre los vínculos afectivos y la autopercepción corporal, siendo acertado a generar la pregunta de cómo la exhibición continua del cuerpo afecta en el concepto de intimidad, la aceptación social y las relaciones en la esfera familiar. Adicionalmente se genera una apertura investigativa para plantear una comparativa entre los conceptos de bienestar, exposición digital y autoestima, con el objetivo de indagar en cómo el cuerpo constituye significados de poder e identidad, permitiendo reflexión en los desafíos de la vida digital moderna.

Referencias.

Álvarez, G., Franco, K., López, X., Mancilla, J. M., & Vázquez, R. (2009). Imagen Corporal y Trastornos de la Conducta Alimentaria. *Revista de Salud Pública*, 11(4), 568–578.

<https://doi.org/10.1590/s0124-00642009000400008>.

Beck, A. (1983). *La depresión: causas y tratamiento*. Paidós

Beck, A. (1985). *Terapia cognitiva de los trastornos emocionales*. Paidós.

Beck, A., Davis, D. & Freeman, A. (2017). *Terapia cognitiva de los trastornos de la personalidad*. Paidós.

Beck, A., Davis, D., & Freeman, A. (2017). *Terapia cognitiva dos transtornos da personalidade*. Artmed Editora. Tomado de:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61681578/Terapia_Cognitiva_de_los_Trastornos_de_Personalidad_-_Beck_-_Version_Corta20200104-97763-1iq96ex-libre.pdf?1578186799=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTerapia_Cognitiva_de_los_Trastornos_de_P.pdf&Expires=1743988361&Signature=TDEC2SPLzJyAhIn4HF94oFtGQCyqHSqIXaDX4-1fEuAVgUAO0PRp0eCj5zNQ0iX6YfF9aFRo80sOamDF1edsXHpsIh~ZeHTtJBqM4EWzL2F7Q0RJ04OExyuNPPVODn-A4U~mZTmh4K9894QYdgeGzeevZ2Gm7qAL-9~P6QuV5ZBcTOcdVhCnRltz11lOmHPz2Hx-QJ4Pwi8c6~ffp2AX-MNLRfsElxt~hzV6ORapnns3a6tBjG7s~qU5530hQgGhG-5db1C7k3Sv04z-mwKGR9djXM5Aa7CNrsD3mn5NGTniWpIkLERYLrT3T-Tpd6d-AZOgAdhgi5KoYWzLU15jPg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Béjar Merino, H. (2024). (2024). Autonomía y dependencia: la tensión de la intimidad. *Revista Española De Investigaciones Sociológicas*, (37), 69–90.

<https://doi.org/10.5477/cis/reis.37.69>

Burns, R. (1990). *El autoconcepto: Teoría, medida, desarrollo y cambio*. Eudeba.

Carrera, R. (2024). *Orientación Psicológica*. Obtenido de <https://orientacionpsicologica.es/distorsiones-cognitivas-de-beck/>.

Córdoba Martínez, C y Monsalve Valle, D. (2025). (2025). *Percepción de la calidad de vida y condiciones de trabajo en modelos webcam en una agencia de la ciudad de Medellín en el año 2025*. Universidad de Antioquia. <https://hdl.handle.net/10495/47602>

Flores, A. (2011). *En el principio, el sexo: de pornografía y reproducciones simbólicas*. Razón y Palabra. ISSN. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520010036>

García, F., & Musitu, G. (2023). AF-5. Autoconcepto Forma-5 (5.a ed.). Hogrefe TEA Ediciones. (Obra original publicada en 1999).

González, A. (2009). *Autoestima corporal: una mirada desde la psicología cognitiva*. Editorial Desclée de Brouwer.

González, A. (2009). La imagen corporal en los trastornos de la conducta alimentaria. REVISTA DE PSIQUIATRÍA, 88-95.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (5.^a ed.). McGraw-Hill.

<https://www.aepnya.eu> > article > download

Laura Ruiz Mitjana. (2019, marzo 6). *La teoría de la autopercepción de Bem: definición y características*. Portal Psicología y Mente. <https://psicologiymente.com/psicologia/teoria-autopercepcion-bem>.

López, D. (28 de septiembre de 2023). esmental. Obtenido de <https://www.esmental.com/onlyfans-consecuencias-emocionales-contenido/>

Mohebi, L. & Bailey, F. (2020). *Explorando la teoría de la autopercepción de Bem en un contexto educativo*. Revista de Fenomenología y Educación

Neisser, U. (1985). *Cognición y realidad: Principios y aplicaciones de la psicología cognitiva*. Editorial Hispano Europea.

Neufeld, C. B., dos-Anjos, N. C., & Rebessi, I. P. (2023). La teoría de los modos de Beck: una revisión de alcance. *Revista Brasileira de Terapias Cognitivas*, 19(2), 258–271. <https://doi.org/10.5935/1808-5687.20230027-es>

Olivari Medina & Urra Medina, 2. (2007). *Autoeficacia y conductas de salud. Ciencia y enfermería*. 9-15. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95532007000100002&script=sci_arttext.

Ospina, D. (14 de Mayo de 2024). Infobae. obtenido de: <https://www.infobae.com/colombia/2024/05/15/colombia-esta-entre-los-paises-con-mas-creadores-de-contenido-para-adultos-en-el-mundo-asi-le-fue-en-el-ranking/>

Pokhrel, S. (2024). *La Teoría del Aprendizaje Social de Albert Bandura*. *Ayan*, 37-48. <https://centrohumanista.edu.mx/biblioteca/files/original/158e0b40125db6c1ac04fa7914ba7908.pdf>.

Rendón, J., Samudio, M., Builes, M. & Quintero, M. (2023). *Estrategias de afrontamiento, dependencia emocional y habilidades sociales en modelos web cam con edades entre los 25 y 35 años, residentes en la ciudad de medellín, 2023*. <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/4258/TRABAJO%20DEFINITIVO%20EN%20WORD%20EQUIPO%202.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ramírez, B. (2025). *Psicólogo Aaron T. Beck, desarrollo de la terapia cognitiva*. Psicologosmadrid-Ipsia. <https://www.psicologosmadrid-ipsia.com/psicologo-aaron-t-beck-desarrollo-de-la-terapia-cognitiva/#:~:text=Para el psicólogo Beck%2C los,emocionales negativos y conductas inadecuadas.>

Roa, A. (2013). La educación emocional, el autoconcepto, la autoestima y su importancia en la infancia. Centro Clínico de la Psicología y el Lenguaje. Universidad Complutense de Madrid.

Rodríguez, E. (2009). *La terapia centrada en esquemas de Jeffrey Young*. Avances en Psicología.

Rodríguez, E. (2009). *Manual de Terapia de Esquemas*. Editorial Desclée de Brouwer.

Ruiz, L. (2019, marzo 6). *La teoría de la autopercepción de Bem: definición y características*. Portal Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-autopercepcion-bem>.

Sabater, V. (22 de mayo de 2023). *lamenteesmaravillosa*. Obtenido de <https://lamenteesmaravillosa.com/como-afecta-a-la-salud-mental-el-uso-de-onlyfans/>

Saranson, I. & Saranson, B. (2006). *Psicopatología: Psicología anormal, el problema de la conducta inadaptada*. Pearson Educación.

Van Manen, M. (2003). *Centrarse en la naturaleza de la experiencia vivida*. M. Van Manen. *Investigación educativa y experiencia vivida*. Ciencia humana para una pedagogía de la acción y la sensibilidad, 55-70.

Vargas, A. (2020). *Pornografía y pospornografía: análisis estético-político sobre la representación del cuerpo en la contemporaneidad*. ESCENA. Revista de las artes, 179-204. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/escena/article/view/42480/42697>

Vera Vélez, L. (2010). *La Investigación Cualitativa*. UIPR, Ponce, P.R., 1-5.

Young, J., Klosko, J. & Weishaar, M. (2003). *Terapia de Esquemas: Guía Práctica*. Editorial Desclée de Brouwer.

Zambonino Jácome, S. (2022). *Esquemas desadaptativos tempranos y ansiedad en la preadolescencia*. Psicodebate.