

Autoconcepto y Modelaje Webcam en Mujeres entre 18 y 25 años en la ciudad de Medellín

Manuela Suárez Orozco

María Isabel Moncada Cardona

Jorge Iván Sepúlveda Morales

Santiago García Jossa

Psicología

Facultad de Ciencias Sociales, Salud y Bienestar

Jorge Iván Jaramillo Zapata

Medellín

2025

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo analizar el autoconcepto en mujeres que ejercen el modelaje webcam en la ciudad de Medellín, comprendiendo cómo se configuran sus percepciones de sí mismas a partir de la experiencia laboral, emocional y social. Desde un enfoque cualitativo y un diseño fenomenológico, se realizaron entrevistas semiestructuradas a cuatro mujeres jóvenes, con el fin de explorar los significados que atribuyen a su trabajo y las tensiones entre su identidad personal y su identidad profesional. El análisis se sustentó en la teoría del *self* de Carl Rogers, complementada con los aportes de Erving Goffman sobre el estigma y de Arlie Hochschild sobre el trabajo emocional. Los resultados evidencian que el modelaje webcam implica una constante negociación entre el *self Real* y el *self Ideal*, mediada por condiciones de valor externas y juicios sociales que inciden en la autoestima. Si bien el estigma moral genera fragmentación identitaria y necesidad de ocultamiento, las participantes desarrollan procesos de autoconocimiento, empoderamiento y resistencia simbólica. Se concluye que el autoconcepto se configura en la tensión entre autenticidad y performance, revelando la búsqueda de coherencia interna y reconocimiento en contextos atravesados por la virtualidad y el juicio social.

Palabras clave: autoconcepto, modelo webcam, estigma, condiciones de valor, *self Ideal*, *self Real*, trabajo emocional, identidad, empoderamiento, psicología humanista.

Abstract

This article aims to analyze the *self*-concept of women who work as webcam models in the city of Medellín, exploring how their *self*-perception is shaped by their emotional, social, and

occupational experiences. Using a qualitative phenomenological approach, semi-structured interviews were conducted with four young women to understand the meanings they attribute to their work and the tensions between personal and professional identity. The analysis was based on Carl Rogers' *self* theory, complemented by Erving Goffman's concept of stigma and Arlie Hochschild's notion of emotional labor. The results show that webcam modeling involves a constant negotiation between the real *self* and the ideal *self*, mediated by external conditions of worth and social judgments that impact *self*-esteem. Although moral stigma generates identity fragmentation and the need for concealment, participants also demonstrate processes of *self*-awareness, empowerment, and symbolic resistance. The study concludes that *self*-concept is configured in the tension between authenticity and performance, reflecting a pursuit of inner coherence and recognition in contexts marked by virtuality and social judgment.

Keywords: *self*-concept, webcam modeling, stigma, conditions of worth, ideal *self*, real *self*, emotional labor, identity, empowerment, humanistic psychology.

Introducción

Nuestra cotidianidad se ha visto marcada por una constante modificación a causa de las diversas tecnologías que van emergiendo. Esto lleva a una transformación en la forma que los humanos nos desenvolvemos en diversas áreas de nuestra vida y las formas en las que interactuamos con los otros. Una de las esferas que ha sido impactada por estas modificaciones es la sexualidad humana y es ahí donde el modelaje webcam se presenta como una manifestación de esas transformaciones para este ámbito de la vida. Este oficio es definido como un trabajo de entretenimiento enfocado en la realización de actos eróticos a través de una cámara, en salas privadas o públicas situadas en páginas web, a cambio de dinero (Orduz Ramos, 2021).

Este oficio se presenta como una alternativa laboral que ha tomado gran relevancia durante los últimos años. Como lo exponen Segura Agudelo y Yarce Montoya (2024), en la ciudad de Medellín se ha presentado un incremento en la presencia de estudios de modelaje que potencializa esta industria en Colombia. Fajardo Guevara, C., & Mesa Lorza, C. (2018) comparten cómo el crecimiento exponencial de esta industria en el país ha sido del 400% en los últimos tres años. Aun así, gran parte de estos estudios de modelaje se encuentran al margen de la ley afectando las condiciones laborales de las mujeres que se encuentran dentro de esta industria. La falta de regulación de esta industria dentro del país y específicamente en la ciudad de Medellín, la cual se presenta como una de las ciudades que mayor fuerza a tomado desde el 2015 (Mozo et al., 2024), aumenta las dificultades a las que se enfrentan las mujeres que ejercen este oficio; aparte de complejizar la obtención de información al respecto.

En este oficio, las mujeres se encuentran en un conflicto que se presenta constantemente entre la percepción que tienen de sí mismas y la percepción que reciben de los demás, lo cual las lleva a diversos desafíos con lo que refiere a su autoconcepto y autoimagen. Aspectos como la visibilidad pública constante, la exposición permanente a la validación externa y la sobre exigencia al cumplimiento de diversos estándares de belleza pueden llegar a desarrollarse como factores de riesgo que recaen directamente en el autoconcepto de estas mujeres. Como se mencionaba anteriormente, a pesar del relevante crecimiento que esta industria ha presentado en Colombia y en Medellín, persiste una escasez de información científica que aborde los procesos psicológicos asociados a las mujeres que desempeñan el trabajo de modelos webcam.

Las investigaciones previas han resaltado las dinámicas del oficio como modelo webcam, incluyendo la evolución histórica y las dificultades que las modelos enfrentan, donde se destaca el impacto en la autoimagen, autoconcepto y autoestima. Se encuentra a Ramos (2021) donde

describe el papel central que tiene la visibilidad en este oficio, la construcción de un personaje y cómo esto se asocia con el desempeño laboral. También en la investigación de Ramírez y Zapata (2024), sobresale los impactos en la autoestima, la autoimagen, los desafíos que enfrentan las modelos en su autoconcepto con relación al cómo son percibidas por los demás y las dificultades en su desarrollo personal y social. Por otro lado, la investigación de Colorado Espinal, et al., (2024), nos expone los efectos psicológicos que presentan las mujeres que se desempeñan como modelos webcam; aquí los autores destacan la prevalencia de diversos rasgos de personalidad como los paranoides, esquizoides y esquizotípicos; también resalta la ausencia de investigaciones con respecto a los trastornos de personalidad presentes en las modelos webcam. Por último, contamos con los hallazgos de Manrique *et al* (2023), el cual presenta una caracterización del perfil cognitivo en mujeres que desempeñan este oficio en la ciudad de Medellín, en el que prevalecen los esquemas de abandono, esquemas de insuficiente autocontrol/autodisciplina y desconfianza/abuso; los pensamientos automáticos negativos representan un 75% de presencia en estas mujeres. Aun así, se presenta una brecha importante en la ausencia de información con respecto a los impactos en el autoconcepto que las modelos webcam enfrentan en la realización de este trabajo y la autopercepción de ellas dentro y fuera de este rol.

La presente investigación aborda esta problemática desde el paradigma de la psicología humanista. Esta propone una nueva sensibilidad frente al ser humano, enfocándose en la subjetividad y la experiencia interna de la persona, concibiendo a este como una totalidad de sus partes, reconociendo este ser de manera holística, en una constante búsqueda de sentido, autorrealización y aceptación de sí mismo. Dentro de este paradigma se han desarrollado diversos enfoques; para nuestra investigación abordaremos el enfoque centrado en la persona propuesta por Carl Rogers (1951). Desde este enfoque, Rogers introduce la teoría del *self*, el cual

expone cómo cada sujeto posee una imagen de sí mismo (*self*), la cual es una estructura en constante transformación y se presenta como un elemento fundamental para la interacción del sujeto con su entorno y consigo mismo. En este concepto del *self* convergen la percepción que el sujeto tiene actualmente de sí (*self Real*) y la imagen idealizada de lo que desea ser (*self Ideal*). Rogers (1959) propone el autoconcepto como el conjunto de percepciones que el individuo tiene de sí mismo, abordado a través de la congruencia o incongruencia entre el *self Real* y el *self Ideal*. Este marco se vuelve crucial para entender cómo estos elementos del *self* interactúan en las mujeres que desempeñan el oficio como modelos webcam y los impactos que se perciben en su autoconcepto.

A la luz de todo lo expuesto, la pregunta de investigación que guía este estudio es:

¿Cómo es el autoconcepto en mujeres entre 18 y 25 años que ejercen el oficio del modelaje webcam en la ciudad de Medellín?

Los objetivos que acompañan esta pregunta son:

Objetivo general: Analizar el autoconcepto de mujeres entre los 18 y 25 años que ejercen el oficio del modelaje webcam en un estudio de la ciudad de Medellín

Objetivos específicos:

1. Contextualizar el modelaje webcam en la ciudad de Medellín, a través de un recorrido histórico de este oficio en Colombia.
2. Describir las maneras en que se auto perciben las mujeres modelos webcam en su vida cotidiana.

3. Explorar las maneras en las que se auto perciben las mujeres a partir de su rol como modelos webcam en la ciudad de Medellín.
4. Contrastar la autopercepción de las mujeres en su vida diaria con la autopercepción que tienen en su oficio como modelos webcam.

Metodología

Esta investigación es de orden cualitativo, este enfoque permitió explorar en profundidad las percepciones, emociones y comportamientos de las participantes, en diferencia con la investigación cuantitativa, esta no busca medir ni generalizar, sino interpretar lo vivido por los sujetos en su entorno natural (Hernández et al.,2014). Desde esta perspectiva el propósito central de este tipo de estudios es comprender realidades complejas, generar comprensión profunda y construir teorías a partir de los datos obtenidos (Denzin & Lincoln, 2018). Se desarrolló desde el paradigma de la Psicología Humanista, y desde una perspectiva fenomenológica que busca explorar lo que se presenta directamente en la experiencia, revisando los contenidos de la conciencia, con el objetivo de trascender los prejuicios, suposiciones y teorías del observador por lo que este paradigma permitió tener una lectura más profunda de las vivencias internas y conocer los significados personales que las mujeres le atribuyen a su ejercicio como modelos webcam (Martorell, 2008, p.157). La población de este estudio fue constituida por 4 mujeres entre los 18 y 25 años, residentes de la ciudad de Medellín que ejercieron activamente el modelaje webcam durante el 2025. Se empleó un muestreo intencional, este tipo de muestreo es adecuado cuando se busca profundidad en el análisis y no generalización de resultados, siendo el más óptimo para las investigaciones que pretenden interpretar fenómenos complejos desde las perspectivas de las personas involucradas. (Martínez ,2006), permitió escoger a personas que

cumplieran con características específicas relacionadas con los objetivos del estudio (revisar tabla 1).

Tabla 1

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
<ul style="list-style-type: none">● Ser mujer.● Tener entre 18 y 25 años.● Ejercer de manera activa el modelaje webcam.● Aceptar participar voluntariamente. Firmar el consentimiento informado.	<ul style="list-style-type: none">● Mujeres que no ejerzan activamente el modelaje webcam.● Personas que no deseen participar.● No otorgar el consentimiento informado.● Mujeres que no se encuentren en el rango de edad propuesto.

Para la recolección de la información se utilizaron dos técnicas. La entrevista semiestructurada, es reconocida por su flexibilidad y capacidad de profundizar en experiencias subjetivas y en temas emergentes desde su aplicación (Kvale, 2007), esta fue aplicada en modalidad virtual, con el fin de comprender la confidencialidad de las participantes, estas fueron grabadas para su posterior transcripción y análisis. La segunda técnica que se utilizó fue la revisión documental, entendida como el análisis sistemático de fuentes primarias y secundarias

para identificar y sintetizar información relevante sobre el fenómeno (Hernández et al.,2014), la cual sirvió para dar un amplio contexto al fenómeno, identificar hallazgos previos y brindar un soporte teórico a la investigación, así como se utilizó para contrastar e interpretar los relatos descritos por las modelos durante las entrevistas, a la luz de investigaciones existentes.

El proceso consistió en el reclutamiento de las participantes según criterios de inclusión, luego de esto se firmó el consentimiento informado, para luego realizar la aplicación de la entrevista, en un ambiente libre de prejuicios que facilitara la comprensión de lo descrito durante la entrevista, luego se realizó la transcripción y etiquetado de las respuestas con el fin de categorizar las mismas. El análisis se realizó desde la Fenomenología, lo que permitió comprender cómo las participantes construyeron el significado de su experiencia, en este caso durante el ejercicio del Modelaje Webcam (Smith et al., 2009).

En cuanto a las consideraciones éticas, el estudio se rigió por los principios de la ley 1090 del 2006, que regula el ejercicio de la Psicología en Colombia, así como demarca los parámetros éticos de la misma, también se apuntó a los principios establecidos en la Declaración de Helsinki (1964), orientada a la protección de los derechos de los participantes en investigaciones con seres humanos.

Se garantiza la participación voluntaria mediante el consentimiento informado, cada participante fue informado acerca de los objetivos, procedimientos, limitaciones y alcances del estudio en el que se le invitó a participar. Con el fin de garantizar el anonimato y la confidencialidad, se protegió la identidad de las participantes mediante el uso de pseudónimos y la eliminación de cualquier dato que permitiera su identificación directa o indirecta. La información recolectada fue utilizada exclusivamente con fines académicos. Respecto al

tratamiento y protección de datos, los registros fueron almacenados en medios digitales seguros, de uso exclusivo para la investigación y una vez terminado el estudio los datos serán eliminados, siguiendo las directrices del tratamiento de datos sensibles de la institución.

Debido a que la naturaleza del estudio abordó temas susceptibles de generar malestar emocional, se implementaron medidas de cuidado psicoemocional de las participantes, asegurando un ambiente de entrevista de confianza, respeto, y emocionalmente seguro. En caso de presentarse malestar emocional generado por la entrevista se disponía de estudiantes del primer nivel de práctica clínica, capacitados para brindar primeros auxilios psicológicos en caso de ser necesario.

Finalmente, se garantizó el principio de autonomía y ausencia de coacción, asegurando que la participación fuera libre de presiones externas o incentivos económicos, de modo que la decisión de colaborar respondiera únicamente a la voluntad de cada mujer. Este conjunto de medidas éticas, aseguró que el proceso investigativo se desarrollara sin vulnerar la dignidad, integridad ni derechos de las participantes, reconociéndose como sujetos activos, informados y protegidos dentro del proceso de producción de conocimiento.

Resultados

Como es expuesto en la metodología, la información aquí mencionada se recolectó por medio de entrevistas semi estructuradas realizadas a mujeres que ejercen el oficio de modelaje webcam en la ciudad de Medellín. Las entrevistas se desarrollaron en modalidad virtual, con el fin de respetar la identidad y privacidad de las participantes. Se buscó que estas entrevistas se convirtieran en un espacio libre de prejuicios, donde se exploraron las experiencias personales y

laborales, los prejuicios que permean su labor, así como sus percepciones sobre sí mismas, su autoconcepto y los cambios que ha tenido este en relación a su oficio. Esto dio paso a comprender el significado que estas mujeres tienen de sus experiencias como modelos webcam, todo abordado desde la fenomenología. Las entrevistas se registraron y fueron transcritas para su posterior análisis, esto dio paso a categorizar las respuestas en orden, así como enmarcar los antecedentes teóricos basados principalmente en la teoría humanista de Carl Rogers y demás antecedentes expuestos a lo largo del trabajo, del mismo modo se plasmó el análisis resultante de esta triangulación.

1. Modelaje Webcam

Primera categoría de análisis, oficio definido por Orduz Ramos (2021) como un trabajo de entretenimiento, que se enfoca en la realización de actos eróticos a través de una cámara, en salas privadas o públicas y mediado por páginas web donde se accede a dicho entretenimiento, a cambio de dinero de sus espectadores.

1.1 Rutinas y dinámicas laborales.

Las experiencias compartidas por las participantes muestran que el modelaje webcam es un oficio con un elevado grado de complejidad que trasciende el mostrarse desnuda frente a una cámara a aspectos más difíciles que poco son tomados en cuenta como las jornadas extensas, alta exigencia emocional, y la constante demanda de tener una imagen ideal ante el público, algunas de las entrevistas arrojaron las siguientes experiencias, inicialmente "Cuando se ingresa por primera vez a la industria, es importante comprender la alta exigencia física que este oficio tiene, además tienes que invertir en prendas, maquillaje, lencería, en ropa." (E3), otra de las

entrevistadas con más recorrido en la materia, mencionó una relación más adaptativa con su labor "Yo considero mi trabajo muy informal, pero me considero como una de las modelos que lleva más tiempo, sé que esperar de mi trabajo, se cómo manejarlo, y no me estreso tanto." (E2)

Asimismo, se destaca la necesidad emergente de acompañamiento psicológico dentro de los estudios mencionado (E4) como "De hecho ya están implementando en varios estudios incluir psicólogas, porque nos pasa que nos dan crisis durante la transmisión, no sabemos cómo decir no quiero estar aquí, me siento mal." (E 4) Necesidad justificada por la naturaleza de algunas dinámicas dentro del oficio como expuso esta entrevistada (E3) "Hay que mantener el personaje y el maquillaje para que ese tipo de personas sigan gastando en ti." (E 3)

Lo mencionado anteriormente muestra la autoexigencia física y emocional, así como la necesidad de mantener un "personaje" o un rol a través del desempeño de este oficio.

Desde la perspectiva de la psicología humanista, la dinámica expuesta refleja la tensión entre el *self Real* que, según Rogers (1961), es la percepción actual del ser (emociones, capacidades, roles, cuerpo), que en este caso refiere a la vivencia auténtica y actual de ser mujer, y el *self Ideal*, definido por este mismo autor, como la imagen de lo que se quiere llegar a ser, influida por expectativas propias y ajenas, que en este caso hace referencia al personaje que proyectan ante la cámara (Rogers, 1961).

De acuerdo con los antecedentes teóricos planteados, como expone Jones (2020) Y Human Rights Watch (2024), las modelos webcam suelen enfrentarse a largas jornadas, control sobre sus herramientas de trabajo, y constante exposición, lo que impacta negativamente en el agotamiento físico y mental. Esto coincide con lo relatado por las participantes, quienes

mencionan la necesidad de sostener una imagen idealizada o perfecta, se convierte en lo que Cruz y Hardy (2023) llaman “servicio emocional”.

1.2 Salud mental y manejo emocional.

Lo manifestado por las participantes evidencia el impacto del modelaje webcam en la salud mental, al convertir en necesaria la exposición emocional y estabilidad psicológica que no resulta fácil de sostener. Algunas entrevistadas expresaron que han atravesado situaciones de crisis “Terminas soportando las emociones de otros, aunque al final del día no les importe cómo te sientes tú.” (E 3), sobrecarga o agotamiento emocional durante su jornada laboral, respecto a esto algunas respuestas refieren que "Los problemas personales son muy difíciles de disimular delante de una cámara, donde tú te estás viendo todo el día, estás pensando cosas que no son del trabajo, más cuando tienes tiempo libre, o cuando la transmisión está muerta, y cuando no estás haciendo dinero. Es una pelea constante con tu mente." (E 4). El desgaste emocional y físico se hace evidente en las narrativas de otras modelos quienes expresan que "Siento que ya cumplí mi ciclo, que me siento físicamente cansada y mentalmente agotada." (E 2) y “Creo que de las cosas que más empezaron a decaer fue la fuerza mental." (E 1). Estas narraciones permiten visualizar de una manera más clara la incongruencia, definida como la discrepancia entre estas facetas del *self Ideal* y el *self Real*. Respecto a esta incongruencia, las participantes intentan proyectar seguridad y control con lo que quieren ser, mientras enfrentan estados de agotamiento, ansiedad y conflictos de su *self Real*, siendo esto, fuente de malestar físico, emocional y baja autoestima. Además de lo expuesto por Humans Rights Watch (2024) y Solano, Carrillo y Bedoya (2024), la sensación de sentirse expuestas frente a una pantalla durante mucho tiempo, y factores tanto externos (como los clientes exigentes, la presión frente al desempeño, las expectativas no realistas), como internos (tales como autoexigencia, comparación con otras, autoimagen y las

demás altas exigencias de este oficio) hacen que se generen altos niveles de estrés en las modelos webcam.

El discurso de las entrevistadas relata que el estigma social que acompaña el desempeño del oficio como modelos webcam, es una de las principales fuentes de conflicto interno y de incongruencia en su autoconcepto, frente a lo que los demás dicen y creen de estas mujeres y lo que realmente son en su vida cotidiana. Estas narraciones muestran cómo los prejuicios morales y los juicios sociales condicionan la forma en que estas mujeres se perciben a sí mismas y se relacionan con su ambiente. En palabras de las participantes "Piensan que esto es prostitución y cosas así súper alocadas de la industria." (E 4). Otra entrevistada agrega: "Cuando la gente vea que no es solamente desnudarte frente a una cámara, sino que es conectar con un público, para poder hacer un show y algo lindo, creo que habrá una evolución muy grande en 5 años respecto a la industria un poco más consciente." (E 1). Por su parte una de ellas expresa "Ahora que empecé a estudiar, los prejuicios me afectan más, porque siento que debo ocultar esta parte de mi vida para evitar juicios." (E 3). Finalmente, otra participante reconoce que "Yo pensaba que tenían mi trabajo un poco más desestigmatizado, pero es un trabajo que siempre va a cargar una estigmatización social, con un mal punto de vista ante los demás" (E 2).

El estigma social, como lo define Goffman (2006) es un proceso social mediante el cual ciertos grupos son desvalorizados y su identidad "contaminada" ante los ojos de la sociedad. Con base en lo encontrado por medio de las entrevistas, estos prejuicios, aparte de generar efectos de desvalorización personal, desaprobación del entorno social, exposición y vulnerabilidad, generan una carga para quienes desempeñan este oficio; carga que se va incrementando debido a la permanencia del estigma que tienen los trabajos sexuales en Colombia. En relación con esto, Ávila (2016) plantea que el estigma está relacionado con los imaginarios culturales sobre

moralidad, género y sexualidad; las mujeres que desempeñan oficios de naturaleza sexual enfrentan juicios donde se les aparta de lo moralmente aceptable y respetable, lo que afecta tanto su vida pública como privada.

1.3 Personaje.

Las participantes describen en la entrevista la creación de un personaje como una estrategia necesaria para desempeñar su rol como modelos webcam, este personaje actúa como una extensión de sí mismas, que les permite proyectar seguridad y cumplir con las demandas de su oficio, sin embargo, la construcción del mismo genera confusiones en la construcción de identidad y tensiones emocionales, especialmente cuando lo real y lo representado se confunden. En palabras de una entrevistada "Yo creé un artista, creé un personaje que por ejemplo es una chica alegre, artística, que le gusta sentir, le gusta expresarse abiertamente sin miedo a ser juzgada, le gusta bailar, es extrovertida. Entonces son como dos personas completamente diferentes, que chocan porque una es muy extrovertida y la otra es introvertida, entonces llevar como que eso ha sido muy chévere."(E1) a lo que la otra entrevistada agrega que "Parte del personaje que se interpreta en las plataformas se queda pegado a ti. El personaje te consume y a veces se siente que no puedes separarlo de tu verdadera identidad. También me miro al espejo y me pregunto: ¿quién es Johana y quién es el personaje que interpretó frente a la cámara?" (E3).

Estos testimonios evidencian una marcada dualidad entre el *self Real* y el *self Ideal*, debido a que el personaje se convierte en una representación del *self Ideal*, asociado con rasgos deseados de seguridad, sensualidad y éxito, mientras que el *self Real* se aferra a esa parte íntima, vulnerable y reservada de estas mujeres, y la distancia entre ambos genera un impacto en el autoconcepto debido a que esto dificulta reconocerse a sí misma de una manera coherente. Desde

la perspectiva del autoconcepto, el personaje funciona como un mecanismo de regulación emocional, permitiendo a las modelos mantener control frente a la exposición y al estigma social. No obstante, como plantean Hochschild (2012) y estudios locales como los de Torres (2021) y Ávila (2016), el ejercicio constante de "trabajo emocional" y la gestión de los sentimientos para sostener una imagen profesional puede generar fatiga y pérdida de espontaneidad, afectando la percepción del valor propio y la congruencia interna.

2. Autoconcepto

Referente al autoconcepto, se logra observar como este se convierte en un elemento de bastante tensión en las modelos entrevistadas, donde se podría mencionar que gran parte del proceso que han llevado tanto laboral como en la vida personal ha girado en torno a una lucha constante frente a la forma en cómo se perciben a sí mismas y la forma en que son valoradas por lo otros. Como nombra Carl Rogers (1959), el autoconcepto se construye y solidifica en la constante interacción entre la experiencia propia y la aceptación que se recibe del entorno. Lo que logramos analizar en las entrevistas realizadas a las modelos es como los comentarios recibidos por los clientes, la industria o personas externas a este oficio generan un efecto de manera directa en su autoestima, autoimagen y autopercepción; es evidenciable la presencia de una *incongruencia* que se manifiesta entre su *self Real* y su *self Ideal*, citando nuevamente a Rogers (1959). Lo cual nos ha llevado a la elaboración de nuevas subcategorías para el adecuado análisis de las narrativas obtenidas por las mujeres entrevistadas y la teoría propuesta y citada anteriormente; estas nuevas subcategorías serían: Autoestima y *self Ideal vs self Real*.

2.1. Condiciones de valor

Las modelos entrevistadas exponen como la apariencia es de gran importancia dentro de esta industria por el hecho de cumplir con muchos estándares estéticos que se les atribuyen socialmente a estas mujeres y como la exigencia constante por cumplir con estos las llevan a experimentar en su mayoría una gran dificultad y estrés por poder sobresalir en la industria a medida que van cumpliendo con los estándares propuestos, que en su mayoría llegan a ser desgastantes de mantener.

Como expone una de las entrevistadas (E3), donde comenta la relevancia de la apariencia y los estándares de belleza dentro del oficio que ejercen, “En esta industria el que diga que no se mueve la belleza está mintiendo: constantemente estás compitiendo para verte mejor”. Además, como también comenta otra de las entrevistadas (E4) con respecto a ese conflicto desgastante a nivel mental que pueden experimentar consigo mismas, "Entonces es una lucha constante, una lucha constante de recordarte que no es tu culpa, que no es como tú te ves, que no es por la ropa que te pusiste, que no es por el maquillaje . . . Simplemente es que la temporada bajó como todas las ventas en muchísimos aspectos. Hay temporadas altas, hay temporadas bajas".

Estas narrativas en las que enfatizamos nos permiten evidenciar cómo estas condiciones de valor, que son expuestas por Rogers (1959) como aquellas expectativas o estándares impuestos por el entorno y que determinan o condicionan en cierta medida como la persona se siente digna de ser aprobada o querida, en base a qué tanto cumple de estas expectativas impuestas. Aquí las modelos exponen como el no cumplir con un estereotipo de belleza impuesto las lleva a enfrentarse constantemente con ellas mismas frente a la obligación de cumplir con estos para lograr sobresalir y por ende mejorar su condición laboral dentro de la industria, pero también se experimentan sensaciones de frustración y conflictos relacionados a su autopercepción cuando laboralmente no se presentan “buenos resultados”, apareciendo un

cuestionamiento constante sobre su autoimagen y atribuyéndose a ellas mismas la culpa de los pocos resultados obtenidos a nivel laboral, desencadenando posibles conflictos frente a su autoconcepto.

2.2. Autopercepción

En las entrevistas realizadas se expone de manera constante como la percepción que tienen de sí mismas las modelos webcam, varía mucho acorde a los resultados y desempeño que tienen laboralmente. Como era comentado anteriormente frente a la importancia que las condiciones de valor tienen para esta industria y las mujeres que desempeñan este oficio, en esta subcategoría es evidenciable como la autopercepción que tienen las mujeres entrevistadas se encuentra en constante fluctuación; ya que por un lado el oficio ha permitido una mejor exploración de sí mismas tanto sexual como personal, vuelve a recaer el conflicto latente con la mirada, aceptación y rechazo que tiene su entorno con respecto a la apariencia de estas.

Como expone una de las entrevistadas (E1), con respecto al proceso de exploración propia que le ha permitido el oficio, "La manera en cómo influido ha sido muy poderosa porque empezó un proceso de autoconocimiento, de autoconocimiento tanto personal como sexual . . . Realmente no sabía nada sobre sexo, no tenía como el concepto de poder explorar más mi cuerpo... entonces antes era muy inocente, no conocía, no sabía cómo tocar mi cuerpo, no sabía expresarme de acuerdo con mi sexualidad o como habitar mi sexualidad". Pero también se hallan los siguientes comentarios de otra entrevistada (E4) frente a la instrumentalización de sí misma en el oficio, "Tú eres tu propia inversión, tú tienes que invertir en ti porque tú eres literalmente el servicio".

Aunque se evidencia cómo el oficio de modelo webcam ofrece a las mujeres un proceso de autodescubrimiento en muchos aspectos de su vida, como lo expone una de las entrevistadas (E1); con respecto al ámbito sexual, hallando nuevas formas de habitarse tanto en su sexualidad como en su actitud frente a la mirada de los otros.

Como nos comparte otra de las entrevistadas (E3), “Hoy puedo decir que me gusto, pero a veces siento que el personaje que muestro en la cámara se queda pegado a mí . . . Antes de empezar en el modelaje webcam sentía que me miraba con los ojos de los demás y no con los míos propios”. Las modelos también llegan a experimentar una *incongruencia*, concepto expuesto por Rogers (1959), lo cual se abordará en la subcategoría “*self Real vs self Ideal*”, relacionado a las condiciones de valor a las que se enfrentan y que fueron expuestas anteriormente. Esto lleva a que ese proceso de autodescubrimiento genere un conflicto interno frente al cómo se perciben y las diversas maneras que hallan estas mujeres de “habitarse”; pero que al mismo tiempo es limitado por la aceptación y mirada de los otros, ya que, como es nombrado por una de las entrevistadas (E4), son ellas mismas el servicio que se entrega a los clientes por lo cual deben ajustarse a las necesidades y demandas que estos imponen.

2.3. Autoestima

Sobre esta subcategoría se evidencia cómo en las mujeres entrevistadas, la autoestima se muestra como un fenómeno que fluctúa drásticamente en las modelos. Es posible percibir durante las entrevistas una narrativa constante donde las mujeres nombran haber sentido mejoras frente a su autoestima gracias al oficio que ejercen; ya que como hemos nombrado de manera repetida anteriormente, la apariencia juega un papel fundamental en esta industria por lo cual muchas mujeres ven como una obligación mejorar su condición física con el fin de lograr

mejores resultados en la plataforma, siendo también receptoras de diversos comentarios y admiraciones por parte de sus clientes.

Como nos comparten dos de las modelos entrevistadas (E4 y E1) frente a los cambios que ha percibido en su autoestima, "A nivel físico sí siento que mi autoestima cambió porque allá te dicen piropos, que linda estás, muchas, es muy poquito el hate que hay . . . Aunque tú tengas muchas inseguridades, cuando prendes la cámara los usuarios te ven como una diosa, como algo como wow, como eres divina, como eres hermosa y empieza un proceso de creerse", después agrega, "Entonces ahora que veo ese amor que ellos me tienen, digámoslo así, lo he adaptado para mí y pues ahora voy al gimnasio, hago yoga, me encanta mi cuerpo, lo amo porque lo he transformado gracias a este trabajo, gracias a la exigencia que me ha permitido, que me he dado yo misma para que mi cuerpo pueda transformarse" (E 1). Como es posible observar aquí, las mujeres nos comparten como el oficio de modelos webcam las llevan a realizar cambios corporales con lo cual se han sentido mucho más a gusto con su cuerpo, mejorando su autoestima. Esto relacionado también a los comentarios que reciben de aprobación de sus usuarios frente a su apariencia. Cómo define Rosenberg (1989) la autoestima es el componente del autoconcepto relacionado a la valoración personal de las propias capacidades y del sentido de valía. Siguiendo este camino las modelos han desarrollado mejoras en la valoración personal que tienen de ellas mismas pero esta valoración "positiva" es dependiente de la valoración que han recibido en el oficio por el cumplimiento que dan a los estándares y estereotipos propuestos de belleza.

Como nombra una de las entrevistadas (E3), "La industria puede fortalecer tu confianza frente a los demás, pero también te hace sentir que esa seguridad le pertenece al personaje y no a ti". En esta narrativa es identificable como las modelos reciben una aceptación y aprobación,

pero este pareciera que corresponde más al personaje creado, y que en muchos casos suele ser muy contrario a la forma de ser real de las modelos, lo cual muestra nuevamente una *incongruencia* en los conceptos de Rogers (1959), frente a su *self Real* y el *self Ideal*.

También las modelos entrevistadas (E2, E1 y E4) exponen un aspecto semejante entre ellas, "Ahora soy una mujer más segura físicamente, pero casi siempre, siempre he sido acomplejada" (E 2); "En ese entonces era muy insegura, no tenía autoestima, no era como segura de mi cuerpo las cosas que decía o cuando me veía al espejo, era muy insegura en ese entonces" (E 1); "Sí, físicamente siento que no estaba como quien dice, muy cómoda con cómo me veía, pero aun así pues me atreví y lo fui superando con el tiempo, la verdad" (E 4). Las modelos comparten la presencia de muchos complejos con respecto a la valoración personal que tenían de sí mismas antes de iniciar en la industria y siguiendo el informe de Human Right Watch (2024), la autoestima en estos contextos de constante exposición y sujeta a la valoración repetida que tiene el entorno en ellas, esta valoración propia tiende a ser frágil y vulnerable. Esto abre camino a la cuestión sobre la firmeza de esta autoestima desarrollada por medio del oficio como modelo webcam y la dependencia de la valoración externa para poder incrementar la valoración propia. Esto da hincapié al conflicto creciente en las modelos, referente a la fluctuación de la autoestima en ellas. Todo esto en base a la dinámica que tiene en las modelos la exigencia por el cumplimiento de las condiciones de valor, la importancia de la aprobación externa y la propia sensación de valía.

2.4. Self Ideal vs Self Real

En esta subcategoría se evidencia cómo las modelos webcam experimentan una constante tensión entre lo que son y lo que desean llegar a ser. A lo largo de las entrevistas, se hace

evidente una dualidad interna donde las mujeres reconocen la importancia del modelaje en su proceso de crecimiento personal, pero al mismo tiempo expresan el deseo de alejarse de este oficio en busca de una vida más estable, auténtica y coherente con sus valores personales.

En esta subcategoría se evidencia cómo las modelos webcam experimentan una constante tensión entre lo que son y lo que desean llegar a ser. A lo largo de las entrevistas, se hace evidente una dualidad interna donde las mujeres reconocen la importancia del modelaje en su proceso de crecimiento personal, pero al mismo tiempo expresan el deseo de alejarse de este oficio en busca de una vida más estable, auténtica y coherente con sus valores personales.

Testimonios como “También le agradezco mucho el modelaje webcam por lo que soy ahora, pero considero que ya pronto quisiera comenzar a alejarme de esto” (E2) o “Más adelante me visiono... no quiero trabajar más en esta industria por ahí en cinco añitos... quiero ser profe de yoga” (E1) reflejan claramente este tránsito entre el *self Real* como la percepción actual que tienen de sí mismas y el *self Ideal* todo aquello que aspiran a ser o consideran valioso alcanzar.

Desde la perspectiva de la psicología humanista, Carl Rogers (1959) define el *self* como una estructura compuesta por el *yo real* y el *yo ideal*, cuya congruencia o discrepancia determina el nivel de autenticidad y bienestar personal. En el caso de las modelos webcam, esta discrepancia se manifiesta en la necesidad de reconciliar la imagen empoderada y sensual que proyectan frente a la cámara con su búsqueda de un sentido más profundo de estabilidad emocional, independencia y autorrealización fuera del ámbito digital.

Durante las entrevistas, se identifica que muchas mujeres asumen el personaje webcam como una forma de expresión y empoderamiento temporal. Sin embargo, al finalizar las transmisiones, emergen sentimientos de agotamiento emocional y una necesidad de reconectarse

con una identidad más genuina, menos mediada por la mirada del otro. Esta dicotomía entre el personaje y la persona refleja, en términos de Rogers (1959), una *incongruencia* entre el *self Real* y el *self Ideal* que puede generar tensiones internas, confusión o malestar.

Autores como Bauman (2007) plantean que en la modernidad líquida las identidades se vuelven flexibles y adaptativas, moldeadas por las exigencias del mercado y las dinámicas de consumo. En este sentido, el modelaje webcam se convierte en un escenario donde las mujeres deben reinventarse constantemente para mantener su relevancia, encarnando versiones de sí mismas que respondan a las expectativas del público. Sin embargo, esta constante reinvención también puede provocar una sensación de fragmentación del yo, especialmente cuando el reconocimiento personal depende de un personaje diseñado para complacer.

Una de las entrevistadas (E3) lo expresa de manera implícita al señalar que “la industria puede fortalecer tu confianza frente a los demás, pero también te hace sentir que esa seguridad le pertenece al personaje y no a ti”. Esta afirmación condensa la paradoja central del oficio: mientras la figura proyectada se percibe como empoderada, el yo íntimo puede experimentar dudas o desconexión con esa imagen idealizada.

Adicionalmente, el contexto sociocultural de Medellín, marcado por imaginarios morales tradicionales y una doble moral frente al trabajo sexual y la feminidad (Torres, 2021), intensifica esta tensión. Las modelos no solo negocian con su identidad interna, sino también con la mirada social que estigmatiza su labor, generando una necesidad constante de validarse y reafirmarse.

En este sentido, la tensión entre el *self Real* y el *self Ideal* en las modelos webcam no se presenta únicamente como un conflicto psicológico, sino como un proceso de adaptación simbólica frente a las exigencias del entorno. A pesar de la *incongruencia*, este proceso también

puede interpretarse como una búsqueda de coherencia interna y de transformación personal. Las entrevistadas muestran un tránsito hacia proyectos de vida más acordes con sus ideales de bienestar, autonomía y autenticidad, lo que evidencia una reconstrucción progresiva del yo más allá de los límites de la industria.

3. Percepciones y Juicios Sociales

En esta categoría se evidencia cómo las percepciones y juicios sociales se convierten en un eje central dentro de las experiencias subjetivas de las modelos webcam. A partir del análisis de las entrevistas, se observa que gran parte de las tensiones que enfrentan las mujeres no solo provienen de su propia autopercepción, sino también de la forma en que son vistas, valoradas o señaladas por su entorno familiar, social y cultural. Esta categoría busca comprender cómo las representaciones sociales, los estigmas y las actitudes de aceptación o rechazo influyen en la construcción de su identidad y en los procesos de autoafirmación.

Como plantea Horton Cooley (1902/1983), la identidad del individuo se forma a partir de la percepción de cómo cree que los demás lo ven, es decir, a través del *yo espejo*. En el caso de las modelos webcam, esta “mirada social” cobra una relevancia particular, pues su oficio se encuentra atravesado por fuertes juicios morales y estereotipos de género que afectan directamente la forma en que ellas se conciben y se relacionan con su entorno. Así, las percepciones ajenas actúan como espejos simbólicos que pueden generar sentimientos de orgullo y empoderamiento, pero también de vergüenza, ocultamiento o autoexclusión.

Durante las entrevistas, se hizo evidente que la manera en que los modelos son juzgadas o comprendidas por los demás influye profundamente en su bienestar emocional y en la construcción de su autoconcepto. Las narrativas recogidas muestran cómo las participantes deben negociar constantemente entre la necesidad de reconocimiento y el temor a la estigmatización, tanto en el ámbito social como en el familiar. A partir de este análisis, surgen tres subcategorías que permiten comprender con mayor profundidad este fenómeno: Juicios sociales, que aborda las percepciones moralizantes y prejuiciosas hacia el oficio; Estigmatización social o familiar, que analiza el impacto del señalamiento y la exclusión en los vínculos afectivos y comunitarios; y Aceptación o rechazo al entorno, que explora las estrategias de afrontamiento y resignificación que las mujeres desarrollan para encontrar validación y equilibrio frente a su entorno social.

De esta manera, la categoría Percepciones y juicios sociales permite comprender las dinámicas simbólicas y emocionales que configuran la identidad de las modelos webcam, evidenciando cómo los discursos externos moldean, refuerzan o desafían su sentido de valía personal y su proceso de empoderamiento.

3.1 Juicios Sociales

En esta subcategoría se evidencia cómo las modelos webcam enfrentan una fuerte carga de estigmatización social asociada a su labor. A lo largo de las entrevistas, se observa que el entorno moral y cultural incide de manera directa en la forma en que las mujeres perciben su trabajo y su propia identidad. Los relatos dan cuenta de experiencias de juicio, rechazo y exposición pública que generan sentimientos de miedo, vergüenza y la necesidad de ocultar su ocupación.

Testimonios como “A mí me han escrito en la página mi nombre real y yo me paniqueado, personas que saben en lo que yo trabajo y han tenido acceso a mi trabajo” (E4) o “A veces siento que tengo que esconder mi trabajo para no ser juzgada” (E3) ilustran cómo el miedo a ser descubiertas y señaladas configura una experiencia constante de vigilancia social. Este temor no se limita a la esfera digital, sino que se extiende a los vínculos personales y familiares, donde las modelos temen perder reconocimiento o apoyo por los prejuicios asociados al trabajo sexual digital.

Los discursos de las entrevistadas también reflejan la interiorización de los estigmas que circulan en la sociedad. Expresiones como “Estás mostrando tu cuerpo por dinero, entonces eres puta, no sirves para nada, no quieres hacer nada más” (E1) o “En mi trabajo siento muchos prejuicios hacia mí, en cómo me perciben como mujer” (E2) revelan cómo las representaciones sociales del modelaje webcam están atravesadas por narrativas morales que asocian la exposición corporal con la falta de valores o con una desviación del rol femenino tradicional.

En Colombia, Ávila (2016) señala que el trabajo sexual sigue siendo concebido como una transgresión frente a la moral dominante, en la cual el cuerpo femenino es valorado bajo normas heteronormativas y estéticas rígidas. Del mismo modo, el informe de *Human Rights Watch* (2024) destaca que los juicios emitidos por familiares, vecinos o instituciones refuerzan dinámicas de exclusión social y limitan las posibilidades de reconocimiento laboral para las mujeres que ejercen actividades vinculadas al erotismo digital.

Desde la teoría del *yo espejo* propuesta por Charles Horton Cooley (1902/1983), la identidad individual se construye a partir de la percepción de cómo creemos que los demás nos ven. En este sentido, la mirada social actúa como un espejo simbólico que puede fortalecer o

fracturar el autoconcepto. Las modelos, al enfrentarse constantemente a juicios externos, internalizan parte de esas valoraciones negativas, generando tensiones entre la imagen que desean proyectar (autónoma, empoderada y libre) y la que sienten que la sociedad les impone (moralmente cuestionada o desvalorizada).

De esta manera, los juicios sociales funcionan como mecanismos de control simbólico que condicionan las prácticas y emociones de las mujeres dentro y fuera del espacio digital. Muchas de ellas manifiestan el deseo de ser reconocidas como trabajadoras y no como objetos de estigma. Sin embargo, la constante exposición a la crítica y la vigilancia moral produce en algunos sentimientos de aislamiento, miedo a la revelación o autoexclusión de ciertos entornos sociales.

Como lo expresa una de las entrevistadas (E3): “La gente solo ve el dinero que ganas, pero no el esfuerzo ni el desgaste emocional que hay detrás”. Esta afirmación sintetiza la incomprensión social hacia el oficio y el impacto emocional que conlleva ser constantemente reducidas a una etiqueta. Así, los juicios sociales no solo afectan la manera en que las modelos son vistas por los demás, sino también la forma en que ellas mismas aprenden a verse, generando procesos de ocultamiento y una lucha constante por resignificar su identidad más allá de los estigmas.

3.2 Estigmatización social o familiar

Las experiencias relatadas por las participantes evidencian que el modelaje webcam continúa siendo un oficio profundamente atravesado por la estigmatización social y familiar. Las modelos entrevistadas manifestaron sentirse constantemente juzgadas por su entorno más cercano, ya sea por razones morales, religiosas o por desconocimiento sobre la naturaleza de su

trabajo. Este estigma se traduce en la necesidad de ocultar su oficio para evitar juicios o rupturas afectivas. Tal como expresó una de las participantes:

“A mí con el tema de Dios sí me llegan, con el tema de Dios, de que esto no está bien visto por Dios, que la religión y todo eso... Por lo menos mi Dios en el que yo creo y con el que yo hablo todos los días, Él me apoya en lo que yo estoy haciendo” (E4).

Otras participantes refirieron que el prejuicio social afecta su forma de relacionarse con los demás, generando sentimientos de aislamiento y desconfianza:

“Últimamente se me hace muy difícil socializar con un hombre porque les tengo un poquito estigmatizados, me chocan un poquito” (E2).

También se percibe el rechazo desde espacios familiares o académicos, donde el trabajo webcam es reducido a etiquetas despectivas que desconocen su complejidad emocional y económica:

“No es fácil lidiar con la crítica cuando sabes que tu familia o conocidos pueden juzgarte por lo que haces” (E3).

Ávila (2016) plantea que la estigmatización de las mujeres que ejercen trabajos sexuales—incluido el modelaje webcam— opera como una forma de control social que busca regular la moralidad, el cuerpo y la sexualidad femenina. De igual modo, Goffman (2006) define el estigma como un proceso mediante el cual ciertas identidades son “contaminadas” ante los ojos de la sociedad, provocando exclusión y pérdida de reconocimiento. Estas ideas se reflejan en lo relatado por las participantes, quienes enfrentan la doble carga de ser juzgadas por el entorno y de sostener una imagen que no vulnere su sentido de dignidad.

Asimismo, Human Rights Watch (2024) advierte que muchos modelos webcam en Colombia optan por ocultar su labor ante sus familias o instituciones, por temor a la discriminación, lo cual incrementa la soledad emocional. Las narrativas obtenidas confirman este hallazgo: las participantes suelen mantener su oficio como un “secreto a voces”, como mencionó una de ellas:

“En este momento no es algo que está puesto sobre la mesa, es como un secreto a voces, que es un tema que nadie quiere tocar” (E4).

3.3 Aceptación o rechazo del entorno

Las narrativas de las entrevistadas muestran que la aceptación o el rechazo del entorno inciden de manera directa en la estabilidad emocional, la autoestima y la autopercepción de las modelos webcam. En sus testimonios se observa una dualidad constante entre la búsqueda de apoyo y la vivencia del rechazo. Algunas de las participantes reportaron haber encontrado comprensión dentro de su círculo familiar:

“Mi abuela lo sabe y no me juzga por eso. Entonces, como por ese lado, más bien me motivan mucho a seguir cuando yo quiero salir” (E4).

Sin embargo, en la mayoría de los casos predomina el rechazo, especialmente proveniente de amistades, instituciones educativas o parejas sentimentales.

“Fue un proceso muy difícil porque las amigas que tenía en ese entonces me juzgaron y no conocían bien el concepto, entonces se alejaron” (E1).

Estas experiencias de desaprobación reafirman lo planteado por Baumeister y Leary (1995), quienes sostienen que la necesidad de pertenecer es una motivación humana esencial, y que el rechazo social puede generar angustia, soledad y baja autoestima.

En este sentido, las entrevistadas evidencian que la exclusión social afecta su percepción de sí mismas y su sentido de valía: “A veces siento que el entorno no termina de aceptarme, y eso influye en cómo me veo a mí misma” (E3). Mientras que otras expresan un proceso de autoconciencia frente a la búsqueda constante de aprobación externa: “Hay momentos en los que todavía me cuestiono si realmente me acepto o si sigo buscando aprobación externa” (E3).

Estos testimonios reflejan una tensión emocional entre la necesidad de ser reconocidas y la dificultad para sostener una autoaceptación independiente de la mirada social.

Discusión

El desarrollo de esta investigación permitió comprender que el modelaje webcam, más allá de su connotación social o moral, constituye un espacio de configuración subjetiva donde se entrelazan las dimensiones personales, emocionales y sociales del sujeto contemporáneo. A partir del análisis de las narrativas de las mujeres participantes, fue posible identificar cómo el trabajo emocional, la gestión de la imagen y la búsqueda de reconocimiento inciden de manera directa en la construcción del autoconcepto y en la manera en que ellas elaboran su identidad. En coherencia con el enfoque fenomenológico, el estudio no se propuso describir el fenómeno desde categorías preconcebidas, sino comprenderlo desde la experiencia vivida. Esta apertura metodológica permitió que, durante el proceso de análisis, emergieran

nuevas subcategorías que ampliaron y enriquecieron el marco teórico inicial. En la categoría Modelaje webcam surgieron Salud mental y manejo emocional y Personaje; en Autoconcepto, emergieron Autoestima y *self Ideal* vs. *self Real*; y en Percepciones y juicios sociales, se consolidó la subcategoría Juicios sociales. Estas subcategorías no sólo profundizan la comprensión del fenómeno, sino que evidencian dimensiones emocionales y simbólicas que no habían sido visibilizadas con anterioridad en los antecedentes revisados.

El análisis de los relatos permitió observar que la exposición constante a la mirada del público tiene un impacto psicológico significativo. Las participantes reconocen la necesidad de sostener un estado emocional estable para cumplir con las exigencias del trabajo, lo que coincide con la noción de trabajo emocional de Hochschild (2012). No obstante, este control continuo de las emociones también produce desgaste y contradicciones internas, pues las mujeres deben mantener una imagen de alegría o deseo aun cuando atraviesan momentos de malestar o agotamiento. La tensión entre lo que sienten y lo que deben mostrar revela una incongruencia entre su *self Real* y el *self Ideal* (Rogers, 1959), evidenciando cómo la identidad se vuelve un proceso negociado entre autenticidad y performance. A pesar de ello, algunas participantes lograron reconocer en esta experiencia una oportunidad de crecimiento personal y autoconocimiento, utilizando el oficio como medio para explorar su cuerpo, sus límites y su capacidad de expresión.

En este proceso, la creación de un personaje aparece como una estrategia adaptativa fundamental. Dicho personaje les permite sostener el rol laboral sin disolverse emocionalmente, actuando como una identidad construida que funciona tanto como protección psíquica como herramienta de autorregulación. Esta figura idealizada, que proyecta seguridad, sensualidad y control, se convierte en una extensión del yo ideal, mientras que el yo real permanece vinculado

a la experiencia íntima y cotidiana. La coexistencia de estas dos facetas genera una frontera difusa entre lo auténtico y lo representado. Así, el personaje cumple una doble función: por un lado, protege del desgaste emocional; por otro, puede intensificar la sensación de fragmentación cuando la distancia entre ambas identidades se amplía. Este hallazgo permite comprender el modelaje webcam como un escenario de ambigüedad psicológica donde la performance se entrelaza con la búsqueda de sentido personal.

En relación con el autoconcepto, los resultados mostraron que la autoestima de las participantes se encuentra profundamente condicionada por las condiciones de valor externas —la aprobación de la audiencia, los comentarios recibidos o las propinas obtenidas—. Este fenómeno, descrito por Rogers (1959), señala que cuando la valoración personal depende del reconocimiento ajeno, el individuo corre el riesgo de medir su valor a partir de criterios impuestos y no de su experiencia genuina. Las mujeres entrevistadas experimentan fluctuaciones en su autoestima asociadas a los resultados de su desempeño, lo que refuerza la dependencia emocional hacia la mirada externa. Sin embargo, de manera simultánea, algunas participantes han resignificado su experiencia: reconocen su cuerpo como una fuente de poder y autonomía, y reafirman en él un espacio de aceptación y expresión. En este sentido, aunque el modelaje webcam parte de una lógica de exposición, también puede transformarse en un proceso de fortalecimiento del *self Real*, en la medida en que las mujeres reafirman su derecho a definir su propia identidad.

Esta tensión entre el *self Ideal* y el *self Real* atraviesa todo el proceso de construcción del yo en las participantes. Las mujeres describen al personaje encarnado frente a la cámara como un yo idealizado —seguro, sensual, emocionalmente disponible— que contrasta con la vulnerabilidad y las contradicciones del yo cotidiano. La búsqueda de coherencia entre ambos

refleja el movimiento continuo entre congruencia e incongruencia propuesto por Rogers (1959). Alcanzar autenticidad, en este contexto, no es un estado fijo, sino un proceso de integración constante entre las distintas dimensiones del ser. De este modo, el modelaje webcam se presenta como un espacio en el que las mujeres deben equilibrar su necesidad de aceptación con su deseo de ser fieles a sí mismas.

Por otra parte, el estigma social constituye una de las principales fuentes de conflicto interno y fragmentación identitaria. En coherencia con Goffman (2006), el estigma actúa como una marca simbólica que desvaloriza y condiciona la identidad pública. Las participantes relataron experiencias de rechazo familiar, juicios morales y prejuicios religiosos que las llevaron a ocultar su labor y a mantener una doble identidad para protegerse del señalamiento. Sin embargo, también emergen estrategias de resistencia simbólica: reinterpretan su oficio como una elección autónoma y una vía de independencia económica, transformando el significado de su trabajo frente al discurso moral dominante. Este hallazgo evidencia que, pese a la carga social negativa, las mujeres no son sólo objeto de estigma, sino también sujetos activos que reconfiguran su sentido de dignidad y agencia.

En conjunto, las nuevas subcategorías emergentes demuestran que el modelaje webcam no puede entenderse únicamente como un trabajo mediado por la tecnología o el deseo, sino como un espacio de negociación identitaria en el que las mujeres redefinen su relación con el cuerpo, con los otros y consigo mismas. El autoconcepto, en este contexto, se muestra como una construcción dinámica, sensible a las demandas externas, pero también a la capacidad interna de autorreflexión y resignificación. En este oficio convergen simultáneamente la vulnerabilidad emocional y el empoderamiento simbólico: mientras la exposición y la búsqueda de aprobación

generan tensiones psicológicas, la experiencia también posibilita procesos de autoconocimiento y fortalecimiento del yo.

De acuerdo con Cervantes Solano, Carrillo y Bedoya (2024), las redes de apoyo —amigos, familiares comprensivos u organizaciones sociales— son un factor clave para fortalecer la resiliencia de las modelos frente al estigma. No obstante, cuando estas redes no existen o se debilitan, las participantes experimentan mayor vulnerabilidad psicológica. Tal como lo señala Human Rights Watch (2024), en Medellín muchas modelos webcam optan por el silencio ante el miedo al juicio o a la exclusión, lo que incrementa su soledad y deteriora su bienestar emocional.

En síntesis, la aceptación o el rechazo del entorno determina en gran medida la forma en que las modelos webcam configuran su autoconcepto. Mientras la aceptación refuerza la autoestima y el sentido de pertenencia, el rechazo perpetúa sentimientos de culpa, vergüenza y necesidad de ocultamiento. Este vaivén emocional confirma que el reconocimiento social no solo influye en la permanencia en el oficio, sino también en la manera en que las mujeres logran integrar su identidad personal con su experiencia laboral. La discusión, por tanto, evidencia que la identidad en contextos digitales no se limita a una dualidad entre lo real y lo representado, sino que se configura como un proceso continuo de integración, resistencia y búsqueda de coherencia interna.

Conclusiones

El presente estudio permitió comprender que el autoconcepto de las mujeres entre 18 y 25 años que ejercen el modelaje webcam en Medellín se configura como una construcción

dinámica, atravesada por tensiones entre la autenticidad, la validación externa y la resignificación del cuerpo. Más allá de su dimensión económica, el modelaje webcam se constituye en un escenario significativo de construcción subjetiva donde confluyen la vulnerabilidad emocional, la búsqueda de reconocimiento y el deseo de autonomía personal.

Los hallazgos muestran que el autoconcepto de las participantes se estructura a partir de la interacción entre factores internos —autoimagen, autoestima y manejo emocional— y factores externos —estigmas sociales, condiciones de valor y reconocimiento virtual—. La exposición constante frente a la cámara demanda un proceso continuo de autorregulación emocional y la creación de un “personaje” que les permite sostener una imagen idealizada ante la audiencia. Esta estrategia, aunque puede generar desgaste, también promueve reflexividad y fortalecimiento de la autonomía emocional, revelando la capacidad de adaptación y reconstrucción del yo en contextos digitales.

Se evidenció que la autoestima y la percepción del propio valor fluctúan según la validación recibida en los entornos virtuales, generando una dependencia emocional que, desde la teoría del self de Rogers (1959), puede interpretarse como incongruencia entre el self real y el self ideal. Sin embargo, este mismo proceso también posibilita experiencias de autodescubrimiento, empoderamiento corporal y redefinición del cuerpo como medio de expresión, más que como simple instrumento laboral.

El estigma social se identificó como una de las principales fuentes de conflicto identitario, obligando a las participantes a mantener una doble identidad —una pública y una privada— para protegerse de los juicios morales y familiares. A pesar de ello, emergen prácticas de resistencia simbólica que les permiten recuperar agencia, reconstruir su narrativa personal y

otorgar sentido a su labor desde la autonomía. Esta capacidad de transformar la adversidad en crecimiento personal refleja un principio central de la psicología humanista.

En síntesis, la investigación responde a la pregunta problematizadora al mostrar que el autoconcepto de las mujeres webcam en Medellín es múltiple, ambivalente y en constante negociación: entre el yo ideal y el yo real, entre la mirada ajena y la autoafirmación, entre el estigma y la autenticidad. Este oficio se revela como un espejo de las tensiones contemporáneas entre cuerpo, emoción e identidad, donde la búsqueda de aceptación coexiste con el ejercicio de la libertad subjetiva.

Finalmente, el estudio invita a la psicología humanista y social a replantear las nociones tradicionales de identidad, trabajo y validación en la era digital. Comprender el modelaje webcam desde la experiencia vivida implica reconocer la dignidad, la vulnerabilidad y la potencia transformadora de quienes lo ejercen. Se recomienda diseñar programas de acompañamiento psicológico orientados a promover la autoaceptación, la congruencia entre el self real y el self ideal, y la reducción de la dependencia emocional hacia la validación externa.

Este trabajo, además de visibilizar un fenómeno poco explorado, aporta a la construcción de una psicología más empática y libre de prejuicios, comprometida con la comprensión del sujeto contemporáneo y su búsqueda de sentido en los nuevos escenarios virtuales.

Referencias

- Asamblea Médica Mundial. (1964). *Declaración de Helsinki: Principios éticos para las investigaciones médicas en seres humanos*.
- Ávila, J. (2016). *Trabajo sexual, estigma y ciudadanía: Perspectivas desde América Latina*. Editorial CLACSO.
- Congreso de la República de Colombia. (2006). Ley 1090 de 2006: Por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Psicología y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial No. 46.383*.
- Cruz, M., & Hardy, R. (2023). *Emociones y trabajo afectivo en entornos digitales: Perspectivas contemporáneas*. Universidad de Buenos Aires.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.
- Fajardo Guevara, C., & Mesa Lorza, C. (2018). Trabajadoras 'sexcam' en Colombia: Una impresión diagnóstica sobre la seguridad y Salud. *Revista Colombiana De Salud Ocupacional*, 8(2), e-5128. <https://doi.org/10.18041/2322-634X/rco.2.2018.5128>
- Goffman, E. (2006). *Estigma: La identidad deteriorada*. Amorrortu Editores. (Trabajo original publicado en 1963).
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Hochschild, A. R. (2012). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. University of California Press.

Human Rights Watch. (2024). *De la pantalla al riesgo: Trabajo sexual digital y derechos laborales en América Latina*. Human Rights Watch.

Jones, A. (2020). *Sex work in a digital era: Labor, intimacy, and the new economy*. Routledge.

Kvale, S. (2007). *Doing interviews*. SAGE Publications.

Manrique, C., Cuesta, L., Molina, J., Correa, M., & Restrepo, D. (2023). *Perfil cognitivo de los modelos webcam de estudios Networkservice de la ciudad de Medellín* [Trabajo de grado]. Universidad Cooperativa de Colombia.

<https://dspace.tdea.edu.co/server/api/core/bitstreams/e0c11e36-c3f8-4aa1-9db5-09308888f2b2/content>

Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa: Síntesis conceptual. *Revista iIPSI*, 9(1). 123-146.

Martorell, C. (2008). *Psicología humanista: Principios, desarrollo y aportes a la comprensión del ser humano*. Editorial UOC.

Mozo, J. C. H., Amaya, D., & Becerra, M. (2024, 25 de agosto). El poder oculto del modelaje webcam en Colombia. *La Silla Vacía*.

<https://www.lasillavacia.com/silla-nacional/el-poder-oculto-del-modelaje-webcam-en-colombia/>

Ordúz Ramos, P. D. (2021). De la virtualidad, las emociones y el trabajo sexual: Un acercamiento desde el modelaje webcam. *Trabajo Social*, 23(1), 153-172.

Oviedo Álvarez, M., García Henao, M., Valencia Mejía, S., Colorado Espinal, V., & Oviedo Álvarez, M. (2024). *ESTUDIO DESCRIPTIVO SOBRE LOS TRASTORNOS DE LA*

- PERSONALIDAD EN MUJERES MODELOS WEBCAM* [Trabajo de grado]. Tecnológico de Antioquia, Institución Universitaria. <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/6472>
- Ramírez, B. O., & Zapata, P. A. (2024). *Entre la cámara y el empleo: Representaciones sociales del modelaje webcam en Medellín* [Trabajo de grado]. Espacio. <http://repository.ucatolicaluisamigo.edu.co/handle/20.500.14.531/4866>
- Rogers, C. (1961). *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*. Houghton Mifflin.
- Segura Agudelo, M. C., & Yarce Montoya, A. J. (2024). *Modelaje webcam en Medellín* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma Latinoamericana]. Repositorio Institucional UNAULA. <http://repositorio.unaula.edu.co:4000/handle/123456789/3452>
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative phenomenological analysis: Theory, method and research*. SAGE Publications.
- Solano, J., Carrillo, L., & Bedoya, S. (2024). Condiciones laborales y salud mental en modelos webcam en Colombia. *Universidad Cooperativa de Colombia*.
- Torres, L. (2021). *Autopercepción e identidad en trabajadoras sexuales digitales en Medellín* [Trabajo de grado]. Universidad de Antioquia.