• *Márgenes*, Número 11 / diciembre, 2025 •
ISSN 2362-1931
71-82

A

Los *chatters* en el trabajo de plataformas: la intimidad tercerizada

Julieta Figiaccone
Universidad Nacional de San Martín (UNSAM), Argentina

Fecha de recepción: 15 de julio de 2026
Fecha de aceptación: 15 de septiembre de 2026

Resumen

Este artículo analiza las motivaciones, prácticas y tensiones que atraviesan a quienes participan en la producción y comercialización de contenido erótico y sexual en OnlyFans en Argentina. A diferencia de trabajos previos centrados exclusivamente en las generadoras de contenido, aquí se amplía el objeto de estudio hacia un actor central y hasta ahora poco explorado de ese entramado: los *chatters* o *sexters*, quienes chatean con los suscriptores, gestionan perfiles ajenos y sostienen buena parte de la interacción y la venta. A partir de entrevistas en profundidad, se sostiene que lo que estas plataformas capturan y comercializan excede lo erótico en sentido estricto e incluye afecto, presencia, persuasión y saberes culturales específicos, en diálogo con la discusión sobre capital erótico y con el concepto de trabajo inmaterial. Se muestra también que ser *chatter* supone un doble aprendizaje: por un lado, relacional y afectivo, por el otro, técnico y analítico, Finalmente, se examina la tensión entre la promesa de autonomía que estructura el discurso de OnlyFans y las condiciones concretas de este tipo de trabajo informal en plataformas digitales.

Palabras clave: ***trabajo inmaterial***, *chatters*, ***contenido erótico***, ***plataformas digitales***.

Chatter on platform work: outsourced privacy

Abstract

This article analyzes the motivations, practices, and tensions experienced by those involved in the production and commercialization of erotic and sexual content on OnlyFans in Argentina. Unlike previous studies that have focused exclusively on

content creators, this research broadens the scope to include a central–and until now largely unexplored–actor in this ecosystem: chatters or sexters, who chat with subscribers, manage others' profiles, and drive much of the interaction and sales. Based on in-depth interviews, the study argues that what these platforms capture and commercialize goes beyond the strictly erotic and includes affection, presence, persuasion, and specific cultural knowledge, in dialogue with the discussion on erotic capital and the concept of immaterial labor. It is also shown that being a chatter involves a dual learning process: on the one hand, relational and affective; on the other, technical and analytical. Finally, the study examines the tension between the promise of autonomy that structures OnlyFans' discourse and the concrete conditions of this type of informal work on digital platforms.

Keywords: *immaterial labor, chatters, erotic content, digital platforms.*

Introducción

Este artículo retoma y profundiza una indagación iniciada entre 2021 y 2022 sobre generadoras de contenido erótico en OnlyFans, realizada mediante entrevistas semiestructuradas a mujeres mayores de 18 años, residentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires, que habían abierto su perfil a partir del año 2020, momento en que inició la pandemia de COVID-19. En aquel trabajo de campo, emergió la presencia incipiente de un entramado mucho más extenso que el de la figura individual de las personas que producen el contenido audiovisual y lo comercializan: mentores/as, fotógrafos/as, agencias, *community managers* y los *chatters* o *sexters*. Esa observación y recurrencia en los relatos me sugirió que había algo más que atender.

El conocimiento de ese entramado más amplio que el de la figura individual de creadores/as de contenido permite retomar algunas preguntas como ¿qué es aquello que se vende en plataformas de contenido erótico? ¿Cuáles son aquellos saberes previos o aprendizajes nuevos que hay que incorporar? Este artículo busca problematizar esas indagaciones y a su vez incorporar a uno de los roles que ocupan este entramado antes mencionado, el *chatter*. Aquella figura que cumple la función de interactuar con los clientes mediante un perfil ajeno y vendiendo el contenido de otra persona. Hace el trabajo de contacto, persuasión, venta y diálogo con quien esta del otro lado de los *chats* que se habilitan en las diversas plataformas que permiten vender contenido erótico. Esto puede suceder de manera autogestionada –por ejemplo, una pareja o amigo/a de una trabajadora que oficia de *chatter*– o de manera profesionalizada, integrando el equipo de una agencia o de una "modelo" que administra su propia cuenta.

El análisis se sustenta en entrevistas exploratorias semiestructuradas (Archenti, Marradi y Piovani, 2007) realizadas a *chatters* en articulación con el corpus de entrevistas a generadoras de contenido relevado en la primera etapa. En esa primera etapa se entrevistó a 12

ISSN 2362-1931
71-82

generadoras de contenido erótico. En esta segunda instancia se entrevistó a una *community manager*, encargada de gestionar el trabajo de dos *chatters*, y a cuatro *chatters*. El contacto con las y los entrevistados se realizó mediante la técnica de bola de nieve. Se garantizó el anonimato de todas las personas entrevistadas mediante el uso de seudónimos, y se solicitó consentimiento informado previo a la realización de cada entrevista, explicitando los objetivos de la investigación y el resguardo de la información relevada. Busqué indagar en sus prácticas, modos y condiciones laborales, así como en los saberes que adquirieron para ejercer este trabajo, prestando especial atención a la agencia de los actores, sus perspectivas y decisiones, sin perder de vista las condiciones en que esa agencia se ejerce.

El artículo se organiza del siguiente modo. En primer lugar, se sitúa el contexto de emergencia del fenómeno, atendiendo tanto a las transformaciones del capitalismo de plataformas como a la coyuntura económica argentina y a la lógica de funcionamiento específica de OnlyFans. Luego, se retoma y profundiza la discusión sobre capital erótico y trabajo inmaterial para pensar qué es lo que efectivamente se comercializa en estas plataformas, introduciendo la figura del *chatter* y problematizando qué es aquello que se vende y qué valor capturan las plataformas de esta sector. Finalmente, ahondo en ese rol para dar cuenta de sus condiciones de contratación y pago, y el aprendizaje que ese oficio supone, introduciendo las aplicaciones y tecnologías que atraviesan su trabajo cotidiano, analizando las tensiones que encuentran.

Trabajo de plataformas: el surgimiento del contenido erótico *on demand*

En primer lugar, es relevante atender al contexto de emergencia de plataformas de venta de contenido erótico, siendo OnlyFans la que cobró mayor popularidad, pero no la única. Este auge sucedió a nivel global con el advenimiento de la pandemia COVID-19 en el año 2020, a nivel local, además, se inserta en un contexto de incertidumbre económica y social (Figiaccone, 2025), caracterizado por la inestabilidad macroeconómica, la inflación que atravesó el gobierno de Alberto Fernandez y que, en menor medida pero persistente, acompaña también al gobierno de Javier Milei, sumado la dificultad de proyectar a mediano y largo plazo. Este escenario está marcado, además, por procesos sostenidos de flexibilización laboral y desvalorización de los salarios, que impactan de manera directa en las condiciones de vida de amplios sectores de la población. A diferencia de otras plataformas que se desarrollaron en Argentina, como puede ser el caso de Uber o Rappi, algunas de las plataformas de venta de contenido erótico permiten el cobro en dolares, siendo para los y las argentinas, la moneda de referencia y resguardo de valor (Luzzi y Wilkis, 2019), fenómeno que configura prácticas económicas cotidianas orientadas a la protección frente a la volatilidad del peso.

A estos elementos se suma el crecimiento del autoempleo como estrategia de producción de ingresos, vinculado a la expansión de la economía de plataformas digitales, que

promueve formas de inserción laboral más flexibles, aunque también más inestables y desprotegidas (Srnicek, 2018). Este caso es una expresión de transformaciones de más largo alcance que reconfiguran la economía y el trabajo a escala global. El abandono del modelo productivo industrial y el asentamiento del modelo informacional (Castells, 1997) o cognitivo (Míguez, 2014; Vercellone, 2011; Virno, 2003) nuclean una serie de fenómenos como la flexibilización de la gestión empresarial, el aumento del peso del capital sobre el trabajo, el debilitamiento de las organizaciones sindicales y la creciente individualización. Boltanski y Chiapello (2002) describen las vicisitudes de este capitalismo al que denominan sociedad conexionista, identificando nuevas pautas de acción que privilegian la autonomía, la elección y el deseo de disponer del tiempo, valorando habilidades como "tejer y extender redes", ser flexibles, adaptables y capaces de conectar con otros. Las lógicas del autoempleo de plataformas y las narrativas sobre la libertad de trabajar por cuenta propia o "ser mi propio/a jefe/a" (Alfieri, 2020; Safaee, 2021; Diana Menéndez, 2023) cobran así un lugar privilegiado en el mercado laboral, y con ellas la idea de que disponer del propio tiempo libre para generar ingresos equivale a disponer de la propia libertad, aunque esa misma libertad consista, en los hechos, en estar trabajando.

En este contexto, OnlyFans y otras plataformas de venta de contenido erótico como Cefecito, a nivel local o Chat Roulette, se presentan como un ingreso mejor que el que se accede en un trabajo en relación de dependencia, en algunos casos, para complementar ingresos desvalorizados, o como una posibilidad ante momentos de crisis o desempleo (Daich y Martynowskyj, 2025; Figiaccone, 2025). Canals y Hüslkamp (2020) definen a las plataformas como "dispositivos que median la interacción entre pares o agentes […] el valor de la plataforma reside en la capacidad de gestionar elementos (datos, información, bienes, servicios) en las interacciones entre usuarios" (2020, p. 4). En ese sentido, OnlyFans puede ubicarse dentro de las plataformas que tercerizan el servicio que brindan (Srnicek, 2018): no emplea directamente a quienes producen el contenido ni a quienes lo venden, sino que establece condiciones, reglas de monetización y mecanismos de intermediación que estructuran la actividad, reteniendo un porcentaje de los ingresos y transfiriendo hacia quienes trabajan buena parte de los costos y las responsabilidades (Míguez, 2014). Siendo, en este caso, no el o la generadora de contenido de modo individual sino también en el diálogo y coordinación con los actores antes mencionados. El caso de los *chatters* es similar, en el sentido de que los costos recaen sobre sí: precisa de una computadora, un espacio físico e internet estable para poder llevar adelante la tarea, pudiendo trabajar en tándem con la persona que crea el contenido audiovisual (videos, fotos) y muchos otros elementos del entramado, dependiendo el grado de profesionalización.

Una de las características más relevantes de esta plataforma es su lógica *on demand* o *direct to customer* (Henze, 2013), que permite que el cliente requiera el contenido sin la necesidad de mediadores tradicionales, posibilitando que los consumidores particularicen los servicios que desean. Internet democratizó la producción y difusión de contenido de cualquier tipo; esa lógica, inaugurada por plataformas como YouTube (Dolcemáscolo; 2021; Murolo 2010), se trasladó luego al ámbito erótico y sexual, del cual IsMyGirl, AVN

ISSN 2362-1931
71-82

Stars, Fansly y Cam4 fueron antecedentes directos de OnlyFans. Lo que distingue a esta plataforma no es la existencia de contenido erótico a pedido en sí, sino la combinación de dialogo e interacción en directo, contenido customizado y la promesa de una generadora "real": un video amateur, casero, que interpela al consumidor de un modo diferente al del producto pornográfico profesional (aunque muchas veces poco tenga de improvisado). Esa dimensión relacional e interactiva, que la industria pornográfica tradicional no contempla, es precisamente el terreno donde el trabajo del *chatter* adquiere centralidad, puesto que es quien sostiene, en tiempo real, esa interacción con el consumidor. Entonces, OnlyFans no es sólo intermediaria entre las creadoras/es de contenido y sus clientes, sino parte de una trama más amplia que genera nuevos roles y pone en valor otro tipo de labores no necesariamente ligadas de forma directa a la producción del contenido audiovisual, allí nos detendremos

¿Tan *sólo* capital erótico?

En el apartado anterior introduje el contexto de surgimiento y las posibilidades que brindan las plataformas. Como mencioné, una de las preguntas que apareció al inicio de esta investigación fue ¿qué saberes hay que tener o aprender para poder desarrollarse como generadora/or de contenido erótico? Muchas entrevistadas respondieron que se trataba de comercializar algo que ya sabían hacer y que habían desarrollado en otros espacios digitales –subir fotos, enviar videos a compañeros/as sexuales–. Sin embargo, en las prácticas que narraban surgían muchos otros saberes y aprendizajes nuevos. De aquí que propongo una breve discusión acerca de qué es aquello que capturan y mediatizan este tipo de plataformas: si se trata del erotismo y de conocimientos adquiridos y corporeizados, o de algo más. Además, considerando la red de trabajos subsidiarios que produce esta actividad, cabe preguntarse por todas aquellas competencias para desarrollarla.

En primer lugar, es necesario retomar la definición de capital erótico de Hakim (2010), quien propone agregar al esquema bourdieano (Bourdieu, 2003) un nuevo tipo de capital referido a la atracción física, considerando que resulta de "una combinación de estética, atractivo visual, físico, social y sexual, para otros miembros de la sociedad" (2010, p. 501). Sin embargo, como señala Morcillo (2014), Hakim termina esencializando ese capital al olvidar que lo que le da valor no es solo el trabajo personal sobre sí mismo, sino también la mirada del otro. El autor problematiza la definición por enfatizar el carácter más permanente del capital, dejando de lado su dimensión relacional y constitutiva, ya que este se pone en juego en el campo, es decir, en relación con otros. El capital erótico despierta, en este sentido, una dimensión corporeizada, pre-reflexiva y semiconsciente (Illouz, 2007), inseparable del concepto de habitus, que "reviste la forma de disposiciones mentales y corporales perdurables" (Illouz, 2007, p. 114).

Los antecedentes que las generadoras de contenido identifican como hitos que pusieron en valor su capital erótico –subir fotos en Instagram, enviar nudes a parejas sexuales,

compartir contenido en la sección de mejores amigos– dan cuenta de un capital que ya se poseía y que se desarrolló de un modo no del todo consciente mediante la inclusión de la intimidad y participación cotidiana en redes sociales (Sibillia, 2008). El salto a OnlyFans no es, entonces, una práctica tan lejana de lo que ya se realizaba. En una primera instancia, se trata de mercantilizar algo que ya se tiene. Lo que pone en tensión esta noción es que justamente no es solo eso lo que se vende, ni tampoco únicamente la labor de producir fotos y videos. También se llevan adelante conversaciones, publicidad, atracción y retención de clientes, cobros y otras tareas. Es precisamente en ese "lo que sigue" donde se inscribe el trabajo de las y los propios generadores de contenido y de todo el entramado de labores subsidiarias que se desprenden de esta actividad, incluido el rol del *chatter*, en tanto oficio que profesionaliza y terceriza justamente esos aprendizajes.

De este modo, el proceso de mercantilización que ocurre en OnlyFans excede lo que el concepto de capital erótico puede explicar. Resulta productivo, en este punto, recuperar de Virno (2003) el concepto marxista de *general intellect*: en el capitalismo postfordista, las facultades genéricamente humanas –el lenguaje, la afectividad, la capacidad relacional y los saberes adquiridos en la vida cotidiana– se convierten en una fuente central de valorización del capital. Lo distintivo de esta etapa es que ya no es solo la fuerza física o una habilidad técnica específica lo que se pone a trabajar, sino el conjunto de capacidades que las personas desarrollan simplemente por vivir en sociedad, como comunicarse, vincularse, seducir, entretener, expresar afectividad, cuidar, mantener una relación –como en el caso de las novias virtuales–, generar una fantasía o sostener el interés. Virno describe esta condición como una forma de virtuosismo: una actividad que no deja un producto separado de su propia ejecución, que se realiza en presencia de otros y que requiere de la comunicación como materia prima. Este es el caso del *chatter*, cuya "obra" es la conversación misma, sostenida en tiempo real y sin posibilidad de acumularse como un producto separado de quien la ejecuta.

Es en este sentido que el concepto de capital erótico puede resultar restrictivo para este caso, no solo para las y los generadores de contenido, sino también para los *chatters*. Si bien en ambos casos se pone en juego algo del erotismo y la sexualidad, en el primero esto ocurre principalmente a través de la propia imagen. Cuando, además, las y los generadores se ocupan de responder sus propios mensajes, gestionar clientes, atender sus demandas, fidelizarlos, retenerlos y gestionar pagos y cobros, los saberes implicados son mucho más extensos que aquellos vinculados al atractivo o a la sexualidad. En el caso de los *chatters*, por su parte, se pone en valor fundamentalmente el saber de la conversación y la persuasión. En la conversación, por supuesto que se pone de juego el erotismo, pero también todo el resto de lo antedicho. Es justamente allí donde podemos afirmar que las plataformas capturan múltiples saberes: facultades adquiridas previamente, en la vida cotidiana, que son incorporadas y puestas a trabajar dentro de estos espacios digitales.

ISSN 2362-1931
71-82

El oficio de ser *chatter*

En los párrafos anteriores introduje, a grandes rasgos, la labor del *chatter* pero no en profundidad. A continuación veremos cómo surge este rol, cómo se llega a hacerlo y qué implica en sus prácticas.

En primer lugar, una de las primeras preguntas que apareció fue ¿por qué es necesario este rol? En las entrevistas tanto a quienes lo ejercen, como a las creadoras de contenido que sostienen sus propias conversaciones, el trabajo de conversar con los clientes aparece como una actividad agobiante. En el sentido de que requiere mucho tiempo, conocimiento de ventas pero también, como puntualicé anteriormente, de seducción y retención de clientes, justamente para optimizar las ventas. Además, señalan un punto no menor, lidiar con la sexualidad de los *fans*, muchas veces denominados como "típicos varones, heterosexuales" o "*pajeros*", como arquetipo de sexualidad de hombres que requieren cualquier tipo de "morbo" y que muchas veces envían imágenes íntimas propias sin previo aviso. Esto puede resultar según los y las entrevistadas, entre repugnante y cansador, puesto que es algo que deben ver pero que no desean hacerlo en todo momento. Además, las plataformas de venta de contenido erótico están "abiertas" las veinticuatro horas del día, esto quiere decir que todas esas horas están disponibles para producir ganancias, y considerando que la mayoría de los clientes pertenecen al norte global, es necesario cubrir múltiples horarios para optimizar el trabajo. Es ahí, justamente, que aparece la figura del *chatter*.

Si bien existen distintas maneras de llevar el trabajo adelante, en los casos que se han relevado se encontraron dos modalidades, principalmente. En primer lugar, considerando la sensibilidad de los datos y el contenido con el que trabajan, aparece el *chatter* que inicia la labor por un vínculo de confianza. En los casos de venta de contenido amateur o sin un alcance masivo, o ya sea por motivos de no buscar exposición por fuera de la plataforma, aparece como un punto muy importante la confianza, poder contar con una persona que realice esa tarea sin el miedo a que el contenido se filtre o se re-venda en otras redes o plataformas sin el consentimiento de quien lo produce. En este primer caso aparecen amigos y amigas o compañeros sexuales que ofician de *chatters*, como es el caso de Alberto, quién ingresó a OnlyFans chateando en nombre de su propia pareja, en un vínculo que combinaba lo íntimo con lo laboral.

La forma más extendida de organización de este trabajo es la agencia o el "equipo", es decir, un grupo de *chatters* que administra, por turnos, uno o varios perfiles de OnlyFans, coordinado por la propia modelo o por un o una intermediaria que reparte turnos, capacita y supervisa. Algo así como un *call-center* pero de *chats*, en vez de llamadas. Titx es venezolana y vive en Argentina hace más de 5 años. Describe una estructura de este tipo, de quince personas trabajando para una sola modelo de Estados Unidos *mainstream* en OnlyFans, organizadas en turnos rotativos y entrenadas con guiones y tipologías de clientes: "me enseñaron a cómo hablar con los *chabones*, cómo funciona la estructura de la página […] me capacitaron muy muy fuertemente". La propia entrevistada compara explícitamente esta estructura con la de un *call center*: "es un trabajo de comisión por venta […] es igual

A

a cualquier otro laburo, realmente. Más allá de lo que tenés que hacer en sí, lo operativo, lo burocrático, no dista mucho de cualquier otro trabajo de comisión por venta". Ira vive en una provincia de Cuyo, Argentina, por su parte, trabajó primero en una agencia que administraba las cuentas de varias modelos españolas –con turnos fijos de seis horas, seis días a la semana– y luego pasó a trabajar directamente para una modelo sin intermediarios, en un esquema de cuatro turnos semanales, "ella dice que si trabajamos más días nos quemamos, lo cual es cierto" sostiene Ira. La modalidad entonces, es discrecional según con quien se trabaje.

Respecto de los pagos, estos se organizan casi siempre como comisión sobre lo vendido, sin salario base, aguinaldo, obra social ni ningún tipo de estabilidad garantizada. En los casos relevados, la comisión del *chatter* osciló entre el 20% y el 30% de lo facturado, ya descontado el porcentaje que retiene la propia plataforma que es un 20% adicional.

Por otro lado, ser *chatter* supone un doble aprendizaje. En primer lugar, aprender a sostener una conversación persuasiva, a simular cercanía sin comprometerse, a administrar el deseo del otro sin ceder demasiado ni demasiado poco. Xaro describe con precisión el entrenamiento que recibió de su amiga: "no usábamos la palabra *baby* […] ni *love*, porque es como que hay que tratar de no insinuar cosas que puedan derivar en que los *chabones* crean que está habilitado el espacio para algo que tiene que ver con una relación amorosa y se obsesionen". Se debe producir intimidad sin generar apego.

Además, exige además discernir en tiempo real los pedidos que pueden derivar en contenido prohibido por la plataforma (encuentros presenciales o a ciertos fetiches asociados a delitos) de aquellos que, aunque parezcan descabellados, si son monetizables. Esto, interfiere en muchas ocasiones en la propia subjetividad y sensibilidad de los y las entrevistadas, como fue antes mencionado, debiendo atender a situación "sórdidas" o indeseables.

Por otro lado, ser *chatter* supone adquirir competencias técnicas y analíticas. Por ejemplo, en un caso de alta profesionalización, Ira describe el uso de una extensión llamada Fans Metric, una herramienta paga que se instala junto a la cuenta de OnlyFans y que permite ver, para cada suscriptor, cuánto tiempo lleva en la plataforma y cuánto dinero ha gastado en total: "te ayuda a optimizar en quién te enfocás, a quiénes querés fidelizar. Si ves que no gastó nada no perdés tiempo ahí, porque no te va a comprar". La decisión de a quién dedicarle tiempo se organiza, entonces, a partir de un cálculo previo sobre la rentabilidad esperada de cada cliente.

Veremos a continuación como los aprendizajes técnicos y el desarrollo de estas capacidades y extensiones operativas, responden al funcionamiento opaco de las propias plataformas

ISSN 2362-1931
71-82

Agencia y tensiones: plataformas opacas y empleadores inapelables

Sobre este entramado operan, de mínima, dos tipos de arbitrariedades que condicionan el trabajo. En primer lugar, las impuestas por las plataformas mediante sus algoritmos; en segundo, las impuestas por las agencias que contratan *chatters*, las cuales, debido al carácter informal del trabajo de plataformas, sumado a la ilegalidad del trabajo sexual, ejercen relaciones laborales completamente abusivas y sin ningún tipo de protección para quienes allí trabajan.

El disciplinamiento algorítmico que rige a las generadoras de contenido aparece, en el caso de los *chatters*, desplazado hacia el ritmo y la frecuencia del chateo. Alberto describe con precisión la lógica de recompensa que observó primero como creador junto a su expareja y luego como *chatter*: "si sos constante y tus videos están buenos, si contestás los mensajes, el algoritmo dice 'qué bien trabajas, te muestro'. Y ese te muestro es plata, pero a medida que vas subiendo, es cada vez más exigente". Esta descripción coincide con lo que Rahman (2021) denomina la *jaula invisible* del trabajo de plataformas, es decir, un sistema de evaluación opaco, cuyas reglas exactas se desconocen, pero cuyos efectos –premio o castigo, visibilidad o invisibilidad– se perciben en el trabajo diario.

Además, el uso de datos de consumo para perfilar al cliente, como vimos anteriormente, sumado a lo expuesto en el párrafo anterior, dialoga con la literatura sobre gestión algorítmica y visibilidad en plataformas. Bishop (2019) describe el modo en que quienes producen contenido en YouTube desarrollan un saber tácito –un "chisme algorítmico"– sobre qué favorece su visibilidad, los y las creadores de contenido y *chatters* desarrollan un saber equivalente sobre qué favorece la conversión de un suscriptor en un cliente que paga, apoyado no ya en la intuición sino en una infraestructura de datos específica, construido en la práctica cotidiana de sistemas cuyo funcionamiento interno desconocen, y narrado por los propios trabajadores como un aprendizaje "de oficio".

Por otro lado, veremos algunas experiencias de personas que trabajan para agencias, imponiendo sus propias pautas en cada caso, de modo discrecional debido a la falta de regulación (OIT, 2011, 2025, 2026; Etchemendy et al. 2022). Cabe aclarar que, como fue advertido con el caso de las generadoras de contenido erótico, la elección por este trabajo suele contraponerse con experiencias previas de sueldos insuficientes o trabajos que no despertaban un interés particular en los entrevistados. Un caso es el de una entrevistada que quería dedicarse a la producción musical, pero no contaba con el tiempo para hacerlo. Trabajaba muchas horas en un local de ropa y el sueldo, afirma, estaba bien "para vivir", pero no le quedaba tiempo para dedicarse a la música. En este trabajo sostiene un esquema similar al narrado anteriormente, lo cual le deja tres días libres y menos horas de trabajo por día por el mismo sueldo. Otro caso es el de un entrevistado que se encuentra finalizando sus estudios en la universidad y que siempre ha tenido trabajos "*freelance*", es decir, por proyecto. De este modo encontró cierta estabilidad, a pesar de las condiciones informales en que se encuentra, y un sueldo que le alcanza para estudiar y vivir solo.

Un entrevistado sostiene "Es un trabajo muy individualista, vos te tenés que preocupar por tu propio negocio". A pesar de trabajar en una pseudo relación de dependencia y con un equipo, la responsabilidad final recae sobre la propia persona. Ira resume la relación en estos términos: "es una relación de dependencia porque, si ella me quiere echar, me echa", aunque no exista contrato de trabajo reconocido en Argentina. En su caso, solo firmó a distancia un contrato con una empresa española que fijaba como jurisdicción "un tribunal de España", inaccesible en la práctica para reclamar cualquier incumplimiento. Cuando finalmente tuvo un altercado con su jefa –quien, además, no se presentaba con su nombre real– y se le ocurrió la idea de recurrir a un litigio por un mes que le pagaron con un porcentaje menor al acordado por un supuesto mal desempeño, un abogado le confirmó que, si bien podía demostrarse la existencia de un vínculo laboral a partir de los comprobantes de pago, el costo de un litigio internacional volvía inviable cualquier reclamo.

Ese vínculo informal habilita, además, formas de arbitrariedad que las y los propios entrevistados narran como maltrato. Titx describe un episodio similar con la modelo para la que trabajaba antes: despidió a las quince personas de su equipo "de un día para otro" sin ningún tipo de indemnización, para luego recontratar a quien quisiera volver semanas después. "Eso refuerza los maltratos y, además, es muy déspota porque puede y recontratar a las personas, aprovechando que necesitan el trabajo".

Esa exigencia de disponibilidad convive, además, en el caso de las agencias que contratan *chatters*, con una competencia instalada deliberadamente entre compañeros de equipo. Ira relata que, en su primera experiencia laboral, la jefa publicaba en el *chat* grupal cuánto había vendido cada *chatter* al finalizar el turno: "felicitaciones X, hiciste $200, felicitaciones X, hiciste $500… eso te expone, porque sabés que el día que no te felicitan, no te fue bien". Esa exposición pública del rendimiento individual generaba, según su relato, "un malestar" y funcionaba como un mecanismo de control entre pares.

Como observamos, la elección de este trabajo suele estar motorizado por el deseo de disponer de más tiempo y dinero. En relación a experiencias anteriores, las y los entrevistados muestran la elección de este trabajo como algo que los posiciona mejor dentro de sus expectativas. Como en algunos casos ya contaban con trabajos inestables e informales, el traspaso a esta modalidad no los y las aqueja *a priori,* puesto que les ofrece más beneficios que preocupaciones. En la práctica vemos que aparecen otras tensiones, al lidiar con una plataforma cuyo funcionamiento se desconoce y cada vez exige más; al trabajar para una persona o agencia que toma decisiones discrecionales sin posibilidad de reclamo ante la fragilidad del vínculo laboral; y, finalmente, cuando aparecen los conflictos, la nula capacidad de apelación.

Algunos comentarios finales

A lo largo de este artículo intenté hacer un recorrido por el surgimiento del trabajo de plataformas en el sector específico del contenido erótico y en las discusiones que en se

enmarca dentro del capitalismo cognitivo. El trabajo de campo sostenido durante los últimos años permitió observar el crecimiento de roles y la profesionalización del rubro, llevándome a preguntar qué es todo aquello que se comercializa en esas plataformas.

Ese "todo aquello" me permitió presentar un nuevo trabajo, el del *chatter*, como aquel representante de los call centers del siglo XXI, dedicado a la conversación erótica escrita y a mucho más. Algunas experiencias nos permitieron vislumbrar sus prácticas, los modos de llevar adelante esta labor y las tensiones y arbitrariedades con las que se encuentran. La flexibilidad tiene como contracara una fuerte informalidad laboral, producida tanto por la propia plataforma como por las agencias que organizan y disciplinan el trabajo de los *chatters*.

En esta primera exploración sobre el caso de los *chatters* se buscó poner en evidencia un trabajo completamente invisible, no sólo a los ojos del cliente, sino de la sociedad en general, al no contar con la exposición que sí tienen quienes poseen un perfil propio en la plataforma .Por otro lado, este trabajo delinea discusiones futuras y necesarias de profundizar como las condiciones en que se ejerce, el rol de las plataformas y los entramados de relaciones laborales informales que producen sin ningún tipo de amparo, por el momento, para los y las trabajadoras.

Bibliografía

Alfieri, M. (2020). "Sé tu propio jefe": Economía de plataformas y neoliberalismo. Los casos de Uber, Rappi y Glovo en Argentina (2016-2018). OLAC, 4(2).

Archenti, N., Marradi, A. y Piovani, J. I. (2007). Metodología de las ciencias sociales. Emecé.

Bishop, S. (2019). Managing visibility on YouTube through algorithmic gossip. New Media & Society, 21(11-12), 2589-2606.

Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002). El nuevo espíritu del capitalismo. Akal. (Trabajo original p-ublicado en 1999).

Bourdieu, P. (2003). Campo de poder, campo intelectual. Quadrata.

Canals, A. y Hüslkamp, I. (2020). Plataformes digitals: Fonaments i una proposta de classificació. Oikonomics, 14, 1-13.

Castells, M. (1997). La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I. La sociedad red. Alianza Editorial.

Daich, D. y Martynowskyj, E. (2025). Informe exploratorio: Trabajo sexual y plataformas digitales [Informe técnico]. AMMAR-CTA; Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

Diana Menéndez, N. (2023). La (des)ilusión de la autonomía: una aproximación al trabajo en la empresa UBER en el Área Metropolitana de Buenos Aires. Reflexiones, 102(2), 1-21.

Dolcemáscolo, A. (2021). Representaciones en torno a la "explotación cognitiva infor-

macional": el caso YouTube en Argentina. Redes. Revista de Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología, 27(53).

Etchemendy, S., Ottaviano, J. M. y Scasserra, S. (2022). *Las regulaciones en la economía de plataformas: Hacia un modelo de derechos para el trabajo en plataformas digitales*. Fundar.

Figiaccone, J. (2025). «Soy mi propia madama»: Emprendedoras eróticas en OnlyFans. Nueva Sociedad, 316.

Henze, P. (2013). Porn 2.0 utopias – authenticity and gay masculinities on cam4. Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network, 6(1).

Illouz, E. (2007). Intimidades congeladas. Katz.

Luzzi, M. y Wilkis, A. (2019). El Dólar: Historia de una moneda argentina. Crítica.

Míguez, P. (2014). Del General Intellect a las tesis del "Capitalismo Cognitivo": aportes para el estudio del capitalismo del siglo XXI. Bajo el Volcán, 13(21).

Morcillo, S. (2014). «Como un trabajo»: Tensiones entre sentidos de lo laboral y la sexualidad en mujeres que hacen sexo comercial en Argentina. Sexualidad, Salud y Sociedad, 18, 12-40.

Murolo, N. L. (2010). Post-zapping: Transmite tú mismo: Youtube como la televisión posmoderna. Razón y Palabra.

Rahman, H. A. (2021). The invisible cage: Workers' reactivity to opaque algorithmic evaluations. Administrative Science Quarterly, 66(4), 945-988.

OIT. (2011). *Trabajadores independientes, mercado laboral e informalidad en Argentina* (F. Bertranou y R. Maurizio, Eds.). OIT.

OIT. (2026). *Convenio sobre el trabajo decente en la economía de plataformas* (Convenio núm. 193). Conferencia Internacional del Trabajo, 114ª reunión, Ginebra.

OIT para América Latina y el Caribe. (2025). *Encuesta sobre trabajadores en plataformas digitales basadas en la web: Nuevos datos para la región de América Latina y el Caribe*.

Safaee. (2021). Sex, Love, and OnlyFans: How the Gig Economy Is Transforming Online Sex Work.

Sibilia, P. (2008). La intimidad como espectáculo. Fondo de Cultura Económica.

Srnicek, N. (2018). Capitalismo de plataformas. Caja Negra.

Vercellone, C. (2011). Capitalismo cognitivo. Renta, saber y valor en la época posfordista. Prometeo.

Virno, P. (2003). Gramática de la multitud: Para un análisis de las formas de vida contemporáneas. Tinta Limón.