

ENTRE EMPODERAMIENTO Y EXPLOTACIÓN: DINÁMICAS ESTRUCTURALES DE LA MERCANTILIZACIÓN SEXUALIZADA DEL CUERPO FEMENINO EN PLATAFORMAS DIGITALES

AUTONOMY UNDER ALGORITHMIC CONTROL: GENDERED POWER RELATIONS AND SEXUALIZED COMMODIFICATION IN THE PLATFORM ECONOMY

Fernando A. Ramos-Zaga¹
Andherson J. Aguirre-Lanegra²

RESUMEN: La expansión de las plataformas digitales ha intensificado la objetificación y la mercantilización sexualizada del cuerpo femenino al articular arquitecturas algorítmicas, lógicas económicas extractivas y narrativas culturales que reconfiguran desigualdades de larga data y normalizan la explotación bajo retóricas de autonomía. En ese marco, el objetivo del presente artículo es analizar críticamente esta reconfiguración contemporánea atendiendo a los mecanismos estructurales, tecnológicos y simbólicos que median la producción, circulación y consumo de contenido sexualizado. Para tal fin se realizó un análisis de literatura feminista, sociológica y de estudios de medios, integrando aportes de la economía política digital, los estudios sobre plataformas y los marcos ético filosóficos contemporáneos. La estrategia analítica articuló genealogía histórica, crítica tecnológica y evaluación normativa desde perspectivas feministas interseccionales. Los hallazgos muestran que la economía de plataformas amplifica patrones históricos de objetificación mediante algoritmos que privilegian contenido sexualizado, fomentan la autoexplotación emocional y desplazan riesgos económicos hacia las creadoras, al tiempo que narrativas de empoderamiento encubren precariedades estructurales y dependencias corporativas. También se identifica que la coerción blanda, sustentada en tecnologías persuasivas y sistemas de vigilancia, modela de forma imperceptible preferencias y decisiones, restringiendo la autonomía efectiva y produciendo consentimiento diseñado. En conclusión, el fenómeno de la mercantilización sexualizada digital plantea la necesidad de marcos regulatorios orientados a transparencia algorítmica, protección laboral y fortalecimiento de capacidades críticas que permitan contrarrestar la erosión de la autonomía relacional para avanzar hacia horizontes de justicia social en el capitalismo digital.

¹ Doctorando en Gestión Pública y Gobernabilidad, Maestro en Gerencia Social, Maestro en Informática y Tecnología Educativa, Maestro en Derecho de la Empresa. Maestro en Gestión Pública. Abogado, Licenciado en Administración, Docente Investigador a tiempo completo, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Universidad Privada del Norte, Perú. <https://orcid.org/0000-0001-6301-9460>.

² Investigador, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Universidad Privada del Norte, Perú. <https://orcid.org/0009-0005-4201-1220>.

PALABRAS CLAVE: Algoritmos; Economía de plataformas; Mercantilización sexual; Plataformas digitales; Violencia de género; Onlyfans.

ABSTRACT: The rapid expansion of digital platforms has intensified the objectification and sexualized commodification of the female body by intertwining algorithmic architectures, extractive economic logics and cultural narratives that reconfigure long-standing inequalities while normalizing exploitation through rhetorics of autonomy. Within this context, the aim of the article is to critically examine this contemporary reconfiguration by addressing the structural, technological and symbolic mechanisms that shape the production, circulation and consumption of sexual content. To this end, a comprehensive analysis of feminist, sociological and media studies literature was conducted, integrating insights from digital political economy, platform studies and contemporary ethical philosophical frameworks. The analytical strategy combined historical genealogy, technological critique and normative evaluation from intersectional feminist perspectives. The findings indicate that platform economies amplify historical patterns of objectification through algorithms that privilege sexualized content, foster emotional self-exploitation and shift economic risks onto creators, while empowerment narratives obscure structural precarity and corporate dependency. The study also shows that soft coercion, sustained by persuasive technologies and surveillance systems, imperceptibly shapes preferences and decisions, constraining effective autonomy and producing engineered consent. In conclusion, the phenomenon of digital sexualized commodification underscores the need for regulatory frameworks oriented toward algorithmic transparency, labor protection and the strengthening of critical capacities that can counteract the erosion of relational autonomy and support broader horizons of social justice within digital capitalism.

KEYWORDS: Algorithms; Platform economy; Sexual commodification; Digital platforms; Gender-based violence; Onlyfans.

1 INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el avance de las tecnologías digitales y la consolidación de la economía de plataformas han transformado de manera sustantiva las formas en que el cuerpo femenino es representado, distribuido y consumido en ámbitos tanto públicos como privados. Este fenómeno no emerge de manera aislada, sino que se inscribe en una genealogía de prácticas de objetificación sustentadas, como señalan Fredrickson y Roberts (1997), en la interiorización de una mirada externa. La visibilidad digital, mediada por indicadores cuantitativos como “likes” y “shares” (CALOGERO; TANTLEFF-DUNN; THOMPSON, 2011), genera circuitos de

retroalimentación que vinculan autoestima, exposición y reconocimiento social (SANTONICCOLO *et al.*, 2023).

El análisis crítico de estas transformaciones exige marcos conceptuales que integren enfoques feministas, sociológicos y de estudios de medios. La noción de prosumición sexual permite comprender cómo producción y consumo se entrelazan en dinámicas donde las audiencias co-generan valor económico mediante interacciones aparentemente voluntarias (RITZER; JURGENSON, 2010), lo cual se combina con la precarización estructural propia de la *gig economy*, en la que las trabajadoras asumen riesgos mientras las plataformas mantienen el control algorítmico y distributivo (HUWS, 2014; WOOD *et al.*, 2019). A su vez, el discurso del empoderamiento funciona como un dispositivo narrativo que disimula desigualdades y legitima prácticas de explotación sexual bajo una retórica de autonomía individual (BANET-WEISER, 2018).

A pesar del crecimiento del corpus académico sobre objetificación digital, persiste una brecha en la comprensión de cómo las arquitecturas algorítmicas, en interacción con discursos culturales y lógicas económicas, configuran simultáneamente la producción de contenido sexualizado y las condiciones que facilitan o restringen el consentimiento (RINGROSE *et al.*, 2024). Se ha documentado que estas arquitecturas emplean estrategias de maximización atencional con sesgo hacia la amplificación de material sexualmente explícito (GILLESPIE, 2018; ZUBOFF, 2019). Sin embargo, la integración de estas observaciones con el marco de coerción digital sigue siendo incipiente (SUSSER; ROESSLER; NISSENBAUM, 2019).

La relevancia de abordar esta problemática radica en que la mercantilización sexualizada en entornos digitales no solo reproduce inequidades históricas, sino que las reconfigura en formas más difusas y menos visibles al escrutinio público. La aparente agencia de estas prácticas se inscribe en estructuras atravesadas por relaciones de poder históricamente asimétricas (DWORKIN, 1981; MACKINNON, 1989). El presente análisis propone ir más allá de las narrativas celebratorias de la autodeterminación, incorporando un análisis de las condiciones materiales, tecnológicas y simbólicas que moldean y limitan las decisiones de las mujeres en este contexto.

Las implicaciones prácticas de este abordaje son amplias. Los hallazgos pueden sustentar políticas públicas y marcos regulatorios que protejan la autonomía y prevengan dinámicas de coerción invisibilizadas. Asimismo, ofrecen insumos para el diseño de herramientas y algoritmos que no prioricen la rentabilidad atencional sobre el bienestar y la seguridad de las usuarias. Del mismo modo, pueden orientar campañas educativas orientadas a fortalecer la alfabetización digital crítica, dotando a las personas de recursos para identificar y cuestionar mecanismos de manipulación algorítmica.

Este análisis se inserta en debates más amplios sobre gobernanza algorítmica, economía de datos y la tensión entre libertad de expresión y regulación de contenidos. La intersección entre género, tecnología y economía política expone las contradicciones de un capitalismo de plataformas que redefine de forma continua las fronteras entre intimidad y exposición pública (FRASER, 1989; HABERMAS, 1987).

En este marco, el objetivo general de la investigación es examinar críticamente la reconfiguración contemporánea de la objetificación y la mercantilización sexualizada del cuerpo femenino en entornos digitales, con especial atención a los mecanismos estructurales y tecnológicos que median su producción, circulación y consumo. El propósito es aportar una comprensión integral que ilumine las implicaciones de estas prácticas para la autonomía, el consentimiento y la justicia social, y que ofrezca un puente entre el diagnóstico crítico y las posibilidades de intervención transformadora.

2 GENEALOGÍA Y RECONFIGURACIÓN DIGITAL DE LA OBJETIFICACIÓN DEL CUERPO FEMENINO

La objetificación del cuerpo femenino en el contexto digital contemporáneo exige un análisis genealógico que permita rastrear sus antecedentes históricos y, a la vez, examinar las transformaciones que introduce la mediación tecnológica. Desde esta perspectiva, el propósito es establecer un andamiaje conceptual que facilite la comprensión de cómo los mecanismos tradicionales de mercantilización corporal han

sido reconfigurados, amplificados y sofisticados por las plataformas digitales, generando nuevas formas de explotación encubiertas bajo narrativas de empoderamiento y autonomía (BANET-WEISER, 2018).

En un primer momento, conviene observar que la configuración del cuerpo femenino como objeto de consumo visual encuentra raíces profundas en las transformaciones culturales y económicas del siglo XIX. En efecto, los espectáculos decimonónicos, como los music-halls parisinos y los cabarets, instauraron patrones sistematizados de exhibición corporal que se constituyeron en mercancía cultural (WALKOWITZ, 1992). Tal como advierten los estudios feministas históricos, la figura de la bailarina de cancan ilustra cómo la modernidad urbana diseñó espacios donde el cuerpo femenino se presentaba simultáneamente como espectáculo público y objeto de deseo privatizado (GARB, 1998).

A partir de esta constatación, se advierte que la exhibición de bailarinas no representaba un mero entretenimiento, sino la consolidación de una lógica que transformaba la corporalidad femenina en capital visual (CORBIN, 1990). Escenarios como el Folies Bergère operaban como auténticos laboratorios sociales que exploraban formas de presentación corporal capaces de maximizar el placer masculino y, al mismo tiempo, optimizar la rentabilidad económica. Así, se establecieron patrones de explotación visual que, aunque adaptados a diversos medios tecnológicos, conservaron su estructura esencial a lo largo del siglo XX. En este proceso, resultó decisiva la construcción de marcos discursivos legitimadores que, mediante la retórica de la “libertad artística” y la “expresión cultural”, disimulaban las condiciones materiales de explotación (CLARK, 1986).

Sobre este trasfondo histórico, la transición a la era digital no puede interpretarse como mera continuidad, sino como un salto cualitativo que amplifica el alcance y la intensidad de la objetificación. La desmaterialización del espectáculo posibilitada por las plataformas digitales ha eliminado las barreras espaciales y temporales que condicionaban la exhibición tradicional, instaurando un régimen de disponibilidad permanente y accesibilidad ilimitada (BANET-WEISER, 2018). Este cambio se ve reforzado por la personalización algorítmica, que introduce procesos de segmentación y modelado activo de las preferencias de consumo, generando un

ecosistema donde la objetificación se optimiza en términos de extracción de valor económico y atencional (ZUBOFF, 2019).

En este nuevo escenario, la escalabilidad tecnológica ha democratizado, al menos en apariencia, la producción y distribución de contenido sexualizado. Hoy es posible que una joven, desde su propio dormitorio, asuma simultáneamente los roles de productora, distribuidora y comercializadora de su imagen (DÖRING *et al.*, 2017). Sin embargo, esta aparente autonomía oculta formas renovadas de dependencia hacia infraestructuras corporativas que capitalizan tanto el trabajo reproductivo como el consumo del contenido.

El análisis teórico propuesto por Fredrickson y Roberts (1997) permite comprender esta dinámica desde un enfoque psicosocial, al concebir la objetificación como un proceso mediante el cual las mujeres interiorizan una perspectiva externa de sí mismas, desarrollando una vigilancia corporal constante. En su versión digital, este mecanismo se intensifica con la incorporación de métricas cuantificables de aprobación social, como “likes” y “shares”, que funcionan como sistemas de retroalimentación inmediata y refuerzan la auto-objetificación (CALOGERO; TANTLEFF-DUNN; THOMPSON, 2011; SANTONICCOLO *et al.*, 2023). Esta cuantificación genera dinámicas adictivas que vinculan la autoestima con la visibilidad algorítmica y, de este modo, incrementan la vulnerabilidad psicológica (MASCHERONI; VINCENT; JIMENEZ, 2015).

Por otra parte, la proliferación de filtros y herramientas de edición digital establece estándares estéticos inalcanzables, configurando un mercado basado en la insatisfacción corporal. Este modelo de negocio no solo promueve la compra de filtros o aplicaciones, sino que sustenta la publicidad segmentada hacia quienes manifiestan inconformidad con su apariencia (MASCHERONI; VINCENT; JIMENEZ, 2015; RINGROSE *et al.*, 2024).

En consecuencia, el recorrido histórico y teórico permite conformar un marco interpretativo robusto para examinar manifestaciones específicas de la objetificación en entornos digitales. Tal marco resulta indispensable para desentrañar cómo las lógicas de explotación y mercantilización sexualizada han sido reconfiguradas,

redefiniendo las relaciones entre corporalidad, intimidad y valor económico en el escenario mediático contemporáneo.

3 MERCANTILIZACIÓN SEXUALIZADA DIGITAL: ESTRUCTURAS, NARRATIVAS Y DINÁMICAS DE PODER

La mercantilización sexualizada digital constituye un fenómeno que no solo adapta, sino que reconfigura radicalmente las formas tradicionales de comercialización del cuerpo y la sexualidad al convertir la intimidad, la corporalidad y la subjetividad femenina en activos digitales comercializables. En este sentido, su análisis requiere atender a las dimensiones estructurales que sustentan el fenómeno, así como a los casos paradigmáticos que permiten visibilizar sus dinámicas operativas y las tensiones que emergen entre discursos de empoderamiento y mecanismos de explotación económica (SENFET; BAYM, 2015).

Desde una perspectiva analítica, la mercantilización sexualizada digital puede entenderse como un proceso que no se limita a la digitalización de industrias sexuales preexistentes, sino que produce modalidades inéditas de trabajo sexual que exigen inversiones emocionales, temporales y corporales específicas, propias de las economías digitales contemporáneas (DUFFY, 2017). En este marco, la comercialización no se restringe a la venta de imágenes o videos, sino que se extiende a experiencias interactivas, relaciones parasociales y acceso exclusivo a la intimidad personalizada, ampliando así los límites de lo que es susceptible de monetización y transformando lo privado en un bien transable.

Conviene destacar que las narrativas de empoderamiento cumplen aquí un papel fundamental al legitimar estas prácticas mediante discursos centrados en la libertad de elección, la autonomía corporal y el emprendimiento sexual, presentándolos como manifestaciones de resistencia frente a estructuras patriarcales (BANET-WEISER, 2018). Sin embargo, resulta evidente que estas narrativas pueden operar como dispositivos ideológicos que encubren precariedades estructurales, competencia exacerbada y explotación sistemática, desplazando el foco analítico

desde las condiciones que restringen las opciones reales hacia una celebración de la agencia individual que invisibiliza las coerciones sistémicas (TYLER; QUEK, 2016).

Un caso ilustrativo es la plataforma OnlyFans, que se ha consolidado como un laboratorio social donde se ensayan y perfeccionan modelos de explotación sexual mediados tecnológicamente (ANCIONES; CHECA, 2025; JONES, 2020). Su estrategia de destigmatización y normalización combina recursos retóricos y visuales para distanciar la plataforma de la pornografía tradicional, enfatizando la creatividad, la autenticidad y el control del contenido por parte de las creadoras (MCCRACKEN; BROOKS-GORDON, 2021). Este posicionamiento discursivo facilita la incorporación de mujeres que no se habrían identificado previamente como trabajadoras sexuales, ampliando así la oferta laboral disponible y expandiendo el mercado consumidor.

No obstante, el modelo de negocio revela una asimetría de poder que limita la autonomía efectiva de las productoras. La retención de los ingresos, el control exclusivo sobre algoritmos de visibilidad y mecanismos de pago, así como la capacidad de imponer políticas de contenido, configuran dependencias estructurales que condicionan las decisiones y estrategias de las usuarias (PALATCHIE; BEBAN; NICHOLLS, 2025). A esto se suman incentivos algorítmicos que privilegian el contenido con mayor explicitud, generando presiones competitivas y escaladas de exposición que pueden comprometer el bienestar físico y psicológico de las creadoras (DÖRING *et al.*, 2017).

El fenómeno adquiere especial complejidad cuando se observa su integración en procesos de socialización temprana. La normalización de la autopresentación sexualizada entre adolescentes y jóvenes adultas vincula de forma naturalizada la apariencia física con el éxito económico y la validación social, afectando la configuración de sus trayectorias vitales (ANCIONES; CHECA, 2025; MASCHERONI; VINCENT; JIMENEZ, 2015; RINGROSE *et al.*, 2024). Este aprendizaje temprano se articula como una formación no formal en capital sexual, donde las redes sociales operan como entornos de entrenamiento para desarrollar atractivo físico como recurso económico (HAKIM, 2015). La retroalimentación cuantificada mediante métricas de interacción enseña a modular la imagen personal en función de la respuesta del mercado, facilitando la transición hacia plataformas explícitamente comerciales.

Además, los efectos diferenciados por género confirman que estas dinámicas reproducen y amplifican desigualdades estructurales (ANCIONES; CHECA, 2025). Mientras los varones suelen posicionarse como consumidores con poder adquisitivo y capacidad de evaluación, las mujeres se forman como proveedoras de servicios sexualizados, consolidando una división sexual del trabajo digital que mantiene jerarquías patriarcales (RINGROSE; HARVEY, 2015). Este contexto promueve una jerarquización corporal basada en métricas digitales que, al funcionar como indicadores aparentemente objetivos de éxito, generan competencia intensificada y pueden derivar en prácticas perjudiciales como trastornos alimentarios o modificaciones corporales extremas (TIGGEMANN; ZACCARDO, 2018).

El desarrollo de capital sexual digital implica también la adquisición de competencias empresariales, marketing personal, gestión de redes, producción audiovisual y atención al cliente, las cuales, aunque presentan estas prácticas como un emprendimiento integral, consolidan la dependencia económica de la explotación de la intimidad y el cuerpo (DUFFY, 2017). Esta especialización puede restringir la movilidad laboral, tanto por la estigmatización social asociada como por la dificultad de trasladar dichas habilidades a otros sectores, generando trayectorias profesionales con salidas limitadas.

En este entramado, la economía de plataformas aparece como un marco estructural que articula procesos de producción, circulación y consumo de contenido sexualizado mediante relaciones de prosumición y precarización. Comprender esta articulación es indispensable para explicar cómo las tecnologías no solo median, sino que modelan activamente las formas contemporáneas de mercantilización sexual, redefiniendo la interacción entre corporalidad, intimidad y valor económico en el ecosistema digital.

4 ECONOMÍA DE PLATAFORMAS SEXUALIZADAS: PRECARIZACIÓN Y DINÁMICAS DE CONTROL

La inserción del trabajo sexual digital en las dinámicas de la economía de plataformas implica transformaciones sustantivas en la organización del trabajo reproductivo y emocional, las cuales superan la mera digitalización de servicios sexuales preexistentes. En este sentido, su configuración obedece a lógicas propias de la *gig economy*, que tienden a precarizar las condiciones laborales a la vez que difunden narrativas de emprendimiento individual y flexibilidad laboral. El examen de estas dinámicas exige considerar cómo las plataformas digitales reconfiguran las relaciones entre producción y consumo sexual, propiciando modalidades emergentes de extracción de valor basadas en la prosumición y en la participación activa de audiencias que co-producen contenido comercializable.

Desde esta perspectiva, se observa que la incorporación del trabajo sexual en las estructuras de la *gig economy* reproduce y amplifica patrones de precarización laboral característicos de las economías digitales contemporáneas, consolidando formas específicas de vulnerabilidad que afectan de manera desproporcionada a mujeres jóvenes en situaciones económicas precarias (HUWS, 2014). De hecho, la supuesta flexibilidad que ofrecen plataformas como *OnlyFans*, *Chaturbate* o *ManyVids* oculta mecanismos sistemáticos de transferencia de riesgos desde las corporaciones hacia las trabajadoras individuales, quienes asumen de forma exclusiva la producción de contenido, el marketing personal, la gestión financiera y la resolución de conflictos sin protección laboral formal (WOOD *et al.*, 2019).

En esta línea, cabe señalar que la transferencia de riesgos hacia las trabajadoras incorpora dimensiones propias del trabajo sexual digital que intensifican las vulnerabilidades ya identificadas en la *gig economy*. Las creadoras de contenido sexual enfrentan riesgos de seguridad personal asociados a la exposición pública de identidad y localización, riesgos reputacionales con potencial de impacto en oportunidades laborales futuras, riesgos financieros derivados de la volatilidad de ingresos en mercados altamente competitivos y riesgos psicológicos vinculados a la interacción sexualizada con desconocidos (JONES, 2020; RINGROSE *et al.*, 2024;

SANTONICCOLO *et al.*, 2023). Todo ello ocurre mientras las plataformas retienen porcentajes significativos de las ganancias sin asumir responsabilidades equivalentes.

A partir de esta configuración, el denominado emprendimiento sexual neoliberal opera como un dispositivo ideológico que presenta la autoexplotación sistemática como una forma de agencia personal y, en ciertos discursos, como resistencia feminista (GILL; KANAI, 2018). Sin embargo, un análisis crítico permite advertir que esta narrativa se desarrolla dentro de marcos estructurales restrictivos, donde las opciones reales están severamente condicionadas, y el ejercicio empresarial se aproxima más a una estrategia de supervivencia en un contexto de precarización extendida que a una manifestación genuina de libertad económica.

En consecuencia, la autoexplotación se expresa mediante la intensificación del trabajo emocional y reproductivo que exigen estas plataformas. Las trabajadoras mantienen disponibilidad constante para responder a mensajes, solicitudes y comentarios de usuarios, realizar acciones de marketing en redes sociales, producir contenido de forma continua para asegurar visibilidad algorítmica y gestionar relaciones parasociales simultáneas con cientos o miles de suscriptores (BANET-WEISER, 2018). Tales prácticas reproducen dinámicas domésticas históricas en las que las mujeres asumen cargas desproporcionadas de trabajo emocional no remunerado ni reconocido.

Asimismo, la economía de plataformas sexualizadas se estructura a partir de dinámicas de prosumición que diluyen las fronteras entre producción y consumo, configurando entornos en los que las audiencias contribuyen activamente a la generación de valor económico mediante su interacción, retroalimentación y co-creación de contenido (RITZER; JURGENSON, 2010). Este fenómeno no implica una democratización de la producción, sino una sofisticación de los mecanismos de extracción de valor que capitaliza el trabajo no remunerado de los consumidores para intensificar la explotación de las creadoras primarias.

De hecho, la co-creación impulsada por las audiencias redefine la producción sexual digital al incorporar solicitudes específicas, propinas condicionadas y retroalimentación constante, lo que obliga a las trabajadoras a desarrollar competencias para interpretar preferencias, personalizar contenido y gestionar

expectativas frecuentemente contradictorias (DUFFY, 2017). Esta modalidad de interacción propicia la monetización de la intimidad artificial y de las relaciones parasociales, que generan ingresos adicionales mediante mensajes privados, llamadas personalizadas y material exclusivo, exigiendo un esfuerzo emocional significativo que debe equilibrarse con mecanismos de autoprotección (MCCRACKEN; BROOKS-GORDON, 2021).

En este contexto, se observan vulnerabilidades específicas que combinan incertidumbre económica, estrés y subordinación estructural. La dependencia del feedback y la visibilidad algorítmica introduce niveles elevados de inestabilidad, agravados por la volatilidad de preferencias sexuales y la competencia creciente entre productoras (GILLESPIE, 2018). El estrés vinculado a la gestión simultánea de múltiples relaciones parasociales se traduce en ansiedad por desempeño, agotamiento emocional y dificultades para establecer límites claros entre vida personal y actividad laboral (JONES, 2020).

A ello se suma que la subordinación estructural se materializa en la dependencia de infraestructuras tecnológicas controladas por corporaciones, capaces de modificar unilateralmente las condiciones de trabajo, las políticas de contenido y los mecanismos de distribución de ingresos, lo que genera relaciones de poder profundamente asimétricas (WOOD *et al.*, 2019). Paralelamente, la prosumición en entornos sexualizados introduce mecanismos de vigilancia y control social mediados por la interacción de las audiencias, quienes a través de comentarios, calificaciones y reportes ejercen formas de disciplinamiento que inciden en la reputación y en la rentabilidad de las trabajadoras, reforzando expectativas normativas masculinas dominantes.

En ese sentido, el análisis de la economía de plataformas sexualizadas permite identificar que su operatividad se sostiene en dispositivos de control que exceden lo contractual o lo económico, incorporando técnicas de coerción blanda y manipulación algorítmica como ejes centrales para intensificar la mercantilización de la sexualidad digital. Este entramado plantea la necesidad de abordar de forma crítica las implicaciones de dichas dinámicas sobre la autonomía y el consentimiento de las

participantes, preparando el terreno para investigaciones futuras que profundicen en las intersecciones entre economía digital, trabajo sexual y poder corporativo.

5 DISPOSITIVOS ALGORÍTMICOS Y COERCIÓN BLANDA EN ENTORNOS DE SEXUALIZACIÓN DIGITAL

La coerción blanda se configura como una modalidad emergente de control que actúa mediante tecnologías digitales orientadas a modelar comportamientos sin recurrir a amenazas explícitas ni a violencia física directa. En el contexto de la mercantilización sexual digital, estas dinámicas adquieren una especificidad que radica en la explotación sistemática de vulnerabilidades cognitivas y emocionales, con el objetivo de estimular la participación en mercados sexuales y aumentar la producción de contenido sexualizado.

El despliegue de estos mecanismos transforma de manera sustantiva las nociones clásicas de consentimiento y autonomía, bajo una apariencia de neutralidad técnica que oculta intencionalidades comerciales claramente definidas (SUSSER; ROESSLER; NISSENBAUM, 2019). Esta neutralidad aparente no es inocua, pues facilita la internalización de lógicas de mercado en la esfera íntima de las decisiones individuales.

Resulta pertinente subrayar que la diferencia esencial entre la coerción blanda y la coerción física reside no solo en la ausencia de amenazas visibles, sino en su capacidad para operar mediante alteraciones imperceptibles del entorno decisional que inducen a privilegiar determinadas opciones presentadas como más atractivas, convenientes o inevitables, restringiendo el rango real de alternativas sin provocar una conciencia explícita de la limitación (ZUBOFF, 2019). Esta invisibilidad constituye un elemento crucial de su eficacia, ya que permite una manipulación prolongada y sistemática sin desencadenar resistencias conscientes.

En este marco, la explotación de sesgos cognitivos ampliamente documentados por la psicología conductual, como la aversión a la pérdida, el sesgo de confirmación o el efecto de anclaje, se convierte en un dispositivo central que

impulsa el tiempo de conexión, estimula la producción de contenido y reduce la capacidad de evaluación crítica sobre las consecuencias futuras de la participación en estas plataformas (THALER; SUNSTEIN, 2008).

A partir de estas consideraciones, la tipología propuesta por Susser *et al.* (SUSSER; ROESSLER; NISSENBAUM, 2019) permite comprender cómo la coerción digital desplegada en entornos sexualizados articula dimensiones que interactúan de manera simultánea. La dimensión atencional se materializa en estrategias de captación y retención basadas en notificaciones intermitentes, contenido hiperespecializado y diseños de interfaz que intensifican la inmersión.

De forma complementaria, la dimensión ergonómica dirige el comportamiento al facilitar ciertas acciones y obstaculizar otras, mientras que la dimensión de confianza se apoya en la credibilidad que generan sistemas que aparentan servir a intereses individuales pero que responden primordialmente a lógicas corporativas (FOGG, 2002). Por último, la dimensión cultural actúa normalizando prácticas antes cuestionadas, mediante referentes sociales y narrativas de empoderamiento que legitiman procesos de extracción económica (BANET-WEISER, 2018).

En este escenario, las tecnologías persuasivas constituyen la infraestructura técnica que posibilita este tipo de coerción, incorporando sistemas de inteligencia artificial diseñados para intervenir en la toma de decisiones y modelar las preferencias de las usuarias en consonancia con intereses empresariales específicos (FOGG, 2002). La vigilancia masiva, alimentada por datos de navegación, interacciones, reacciones emocionales e incluso métricas biométricas, permite construir perfiles psicológicos detallados que facilitan intervenciones estratégicas en momentos óptimos (ZUBOFF, 2019). A partir de esta base, la personalización algorítmica no solo selecciona el contenido que se presenta, sino que influye gradualmente en las preferencias mediante exposición selectiva y refuerzo diferencial (GILLESPIE, 2018). El denominado hackeo cognitivo alcanza un nivel más profundo, utilizando conocimientos neurocientíficos para manipular recompensas intermitentes, inducir estados de concentración intensa y explotar necesidades psicológicas como la pertenencia social y la validación externa, con el fin de generar dinámicas adictivas (HARRIS, 2016).

Desde esta perspectiva, el concepto de consentimiento diseñado ilumina el modo en que la arquitectura de las plataformas convierte el acto de consentir en un resultado casi inevitable de la mera participación, gracias a interfaces que dificultan la negativa y a procesos de incorporación que introducen de manera progresiva prácticas inicialmente resistidas (SUSSER; ROESSLER; NISSENBAUM, 2019). Este fenómeno plantea interrogantes profundos sobre la autenticidad de las decisiones en contextos mediados digitalmente, en tanto las preferencias pueden ser moldeadas de forma sistemática hasta ser asumidas como propias, aun cuando derivan de intervenciones planificadas por agentes externos (YEUNG, 2017).

Asimismo, la amplificación algorítmica del contenido sexualizado funciona a través de sistemas de recomendación que priorizan el material con mayor capacidad de generar interacciones, estableciendo un patrón en el que la explicitud sexual se convierte en requisito de visibilidad y sostenibilidad económica (GILLESPIE, 2018; RINGROSE *et al.*, 2024).

Las métricas que gobiernan estos algoritmos, como el tiempo de visualización, la frecuencia de comentarios o la intensidad emocional de las reacciones, favorecen de manera consistente los contenidos sexualizados, lo que provoca escaladas de explicitud que empujan a las productoras a sobrepasar sus propios límites con tal de mantener su relevancia en la plataforma (BUCHER, 2018). Estas presiones, aunque percibidas como elecciones individuales, constituyen en realidad consecuencias predecibles de un diseño algorítmico que opera con criterios de rentabilidad atencional (NOBLE, 2018).

En consecuencia, la combinación entre sesgos algorítmicos y dinámicas de amplificación refuerza discriminaciones estructurales relacionadas con raza, edad, corporalidad y estéticas normativas, reproduciendo jerarquías digitales que privilegian determinados cuerpos y expresiones de feminidad, mientras excluyen o marginan a quienes no se ajustan a esos parámetros (NOBLE, 2018; SANTONICCOLO *et al.*, 2023). La aparente neutralidad de estos mecanismos invisibiliza el modo en que las preferencias técnicas reproducen imaginarios patriarcales y profundizan desigualdades preexistentes.

De este modo, el análisis de la coerción blanda y de la manipulación algorítmica revela que no es posible abordarlas únicamente desde criterios técnicos o económicos. La complejidad de estas dinámicas exige marcos éticos y filosóficos que permitan evaluar su compatibilidad con principios como la dignidad humana, la autonomía relacional y la justicia epistémica, orientando la formulación de respuestas regulatorias y sociales capaces de contrarrestar su capacidad de modelar, de manera silenciosa pero efectiva, las condiciones mismas de la libertad individual.

6 MARCOS ÉTICO-FILOSÓFICOS PARA LA EVALUACIÓN CRÍTICA DE LA MERCANTILIZACIÓN SEXUALIZADA DIGITAL

La mercantilización sexualizada digital plantea desafíos éticos que exigen marcos filosóficos capaces de articular las tensiones entre la autonomía individual y las estructuras coercitivas sistémicas. En efecto, el examen ético de estas dinámicas muestra que las plataformas digitales no solo reproducen dilemas morales clásicos sobre la dignidad humana, la instrumentalización y la commodificación de la intimidad, sino que los reconfiguran mediante modalidades de daño que operan bajo la apariencia de consensualidad (O'NEILL, 2002). Esta reconfiguración demanda enfoques que integren dimensiones individuales y estructurales evitando las dicotomías simplificadoras entre agencia y victimización que han caracterizado debates tradicionales sobre el trabajo sexual.

Desde la perspectiva kantiana, el principio según el cual las personas no deben ser tratadas meramente como medios para fines ajenos adquiere relevancia particular en entornos digitales (KANT, 2012). En estos espacios, la instrumentalización se manifiesta cuando la participación de mujeres en plataformas sexualizadas se convierte en un mecanismo de producción de valor económico para corporaciones tecnológicas, independientemente de la autopercepción de las participantes. La aparente voluntariedad se ve condicionada por arquitecturas digitales que extraen beneficio incluso cuando las usuarias consideran su intervención empoderante o

rentable, configurando así un contexto donde el control sobre las condiciones y consecuencias de la participación resulta ilusorio.

Las críticas feministas radicales amplían este análisis al sostener que la mercantilización de la sexualidad femenina opera como reproducción de estructuras patriarcales que trascienden las decisiones individuales (ANCIONES; CHECA, 2025; MACKINNON, 1989; SANTONICCOLO *et al.*, 2023). Este planteamiento identifica la instrumentalización como un fenómeno que convierte la commodificación del cuerpo en estrategia racional de supervivencia económica, aunque dicha racionalidad esté moldeada por limitaciones estructurales. En ese sentido, la pornografía y sus extensiones digitales constituyen formas de coerción estructural sustentadas en la socialización de género, la precarización económica de las mujeres y la construcción de la sexualidad masculina como derecho de consumo (DWORKIN, 1981). En los entornos digitales, la reducción de barreras de entrada no elimina las dinámicas patriarcales que siguen configurando la demanda y las condiciones de la oferta en los mercados sexuales, reproduciendo asimetrías de poder que se presentan como opciones libres pero que operan bajo constricciones sistémicas.

Tal problemática cuestiona la falsa oposición entre agencia y victimización, dado que es posible que las participantes experimenten simultáneamente empoderamiento y sujeción a sistemas de explotación (FARLEY, 2004). Reconocer esta ambivalencia requiere marcos analíticos que contemplen la capacidad de decisión individual sin ignorar las estructuras coercitivas que limitan las opciones y condicionan sus efectos. En este punto, la teoría crítica de Habermas ofrece herramientas para comprender cómo la mercantilización sexualizada digital participa en la colonización del mundo de la vida por lógicas sistémicas (HABERMAS, 1987). Dicho proceso se produce cuando racionalidades instrumentales y comerciales penetran esferas de la experiencia que antes respondían a dinámicas comunicativas, transformando las relaciones interpersonales en transacciones mercantilizadas y mediadas tecnológicamente.

La mercantilización de la intimidad, en este marco, no se limita a generar mercados inéditos sino que altera las formas de relación personal e identitaria al introducir criterios de eficiencia y rentabilidad en esferas tradicionalmente reguladas

por principios de reciprocidad y cuidado. Así, las interacciones dialógicas se convierten en transacciones unidireccionales en las que el contenido se produce para satisfacer demandas predeterminadas de consumidores anónimos y distantes (HABERMAS, 1984). Tal asimetría erosiona las condiciones de reconocimiento mutuo y entendimiento intersubjetivo que sustentan la acción comunicativa auténtica, debilitando la cohesión social y minando las solidaridades políticas necesarias para resistir las estructuras patriarcales (FRASER, 1989).

La incorporación de métricas y sistemas de gamificación en estas plataformas acentúa jerarquías basadas en la rentabilidad sexual y corporal, lo que puede fragmentar redes de apoyo entre mujeres. En consecuencia, la autonomía pública se ve comprometida cuando las experiencias femeninas se estructuran en torno a imperativos comerciales que desplazan la energía y los recursos emocionales hacia la lógica del mercado, en detrimento de formas de participación política y social que podrían subvertir el orden establecido (HABERMAS, 1989). De este modo, la comprensión de la mercantilización sexualizada digital requiere una articulación teórica que, sin caer en simplificaciones, reconozca cómo las condiciones estructurales y la agencia individual coexisten en un entramado de poder que redefine la intimidad y la subjetividad en el marco del capitalismo digital contemporáneo.

La teoría feminista de la autonomía relacional ofrece un marco analítico que permite examinar con mayor precisión la participación femenina en mercados sexuales digitales al reconocer que la autonomía genuina depende de condiciones sociales específicas, cuya ausencia resulta frecuente en contextos de mercantilización del cuerpo (MACKENZIE; STOLJAR, 2000). En lugar de limitarse a concepciones individualistas, este enfoque indaga en cómo factores estructurales condicionan el desarrollo de capacidades críticas y la posibilidad de autodeterminación, situando el ejercicio de la agencia en un entramado de relaciones y contextos que moldean su alcance.

En este sentido, resulta fundamental advertir que la autonomía requiere no solo acceso a recursos materiales, sino también oportunidades educativas y profesionales diversas, redes de apoyo social y entornos libres de presiones mercantiles que favorezcan la formación de identidades no subordinadas a la lógica del mercado

(ANCIONES; CHECA, 2025). La ausencia de estas condiciones puede convertir la participación en mercados sexuales digitales en una estrategia racional de supervivencia económica, aunque ello suponga el sacrificio de valores y proyectos personales más significativos.

Por otra parte, el concepto de preferencias adaptativas resulta central para comprender cómo, bajo determinadas circunstancias, las mujeres pueden llegar a interiorizar como deseables actividades que restringen sus perspectivas de futuro o que afectan negativamente a su bienestar (ELSTER, 1983). En entornos de mercantilización sexual digital, esta adaptación puede dar lugar a identificaciones positivas con roles inicialmente rechazados, aunque tal cambio de actitud responda más a procesos de socialización coercitiva que a elecciones plenamente autónomas. De este modo, distinguir entre preferencias genuinas y adaptativas requiere un examen detallado de las condiciones y trayectorias que moldean la disposición hacia determinadas prácticas.

Asimismo, en contextos de precarización económica, las estrategias de supervivencia pueden incluir formas de mercantilización corporal que generan beneficios inmediatos pero que, a la vez, limitan opciones futuras y comprometen objetivos vitales de mayor alcance (NUSSBAUM, 2000). Reconocer estas dinámicas no implica negar la agencia de las participantes, sino situar sus decisiones dentro de un marco que dé cuenta de las restricciones estructurales y de las consecuencias diferenciales que tales elecciones pueden acarrear.

A esta complejidad se añade la noción de vulnerabilidad epistémica, entendida como la carencia de recursos interpretativos necesarios para evaluar de manera crítica las implicaciones de las propias experiencias (FRICKER, 2007). En los mercados sexuales digitales, dicha vulnerabilidad puede manifestarse en la falta de herramientas conceptuales para valorar el impacto de la participación sobre la identidad personal, las relaciones afectivas o las oportunidades profesionales futuras. Frente a esta carencia, la justicia epistémica demanda una redistribución de recursos hermenéuticos que incluya acceso a análisis feministas, espacios de diálogo entre pares y oportunidades de reflexión crítica sobre las estructuras que condicionan las elecciones (FRICKER, 2007). Esta redistribución no solo amplía la capacidad de

comprensión, sino que también constituye una condición indispensable para que la autonomía auténtica pueda ejercerse de manera plena.

En consecuencia, el análisis ético de la mercantilización sexualizada digital evidencia que las nociones de dignidad humana, autonomía y justicia social no pueden abordarse mediante interpretaciones simplistas que celebren la elección individual sin más o que moralicen la participación ignorando las condiciones materiales que la posibilitan. La comprensión de estas tensiones se erige como requisito esencial para la formulación de respuestas políticas y sociales capaces de atender simultáneamente las dimensiones estructurales e individuales de un fenómeno que redefine, en el entorno digital contemporáneo, los contornos de la intimidad, la agencia y la igualdad.

7 CONCLUSIONES

El análisis crítico de la objetificación y mercantilización sexualizada del cuerpo femenino en entornos digitales revela que no se trata de una simple traslación de dinámicas históricas al ámbito virtual. Constituye, en cambio, un proceso de reconfiguración estructural, tecnológica y discursiva que transforma las condiciones de producción, circulación y consumo de la corporalidad femenina. En este marco, la economía de plataformas no solo amplifica lógicas previas de explotación, sino que incorpora mecanismos de control algorítmico y narrativas de empoderamiento que, de manera simultánea, expanden la visibilidad y restringen la autonomía efectiva. Esta tensión exige un abordaje que articule genealogía histórica, crítica tecnológica y reflexión ética, evitando interpretaciones reduccionistas.

La confluencia de la genealogía feminista, la crítica de la economía digital y la teoría de la autonomía relacional permite identificar la emergencia de la “coerción blanda” como forma de control inscrita en la arquitectura de las plataformas. Esta noción, centrada en la manipulación imperceptible de preferencias y decisiones, se complementa con el concepto de consentimiento diseñado, que cuestiona el paradigma clásico del consentimiento informado. De igual modo, la idea de prosumición sexual, entendida como co-producción de valor económico entre

creadoras y audiencias, ofrece un marco para comprender cómo el trabajo no remunerado de los usuarios intensifica la explotación de las productoras.

Reconocer que las plataformas digitalizan y expanden la mercantilización sexualizada mediante infraestructuras corporativas opacas habilita intervenciones regulatorias más precisas. Entre ellas, destacan la auditoría independiente de algoritmos, la transparencia en políticas de visibilidad y la creación de marcos de protección laboral para trabajadoras sexuales digitales. En paralelo, se requiere promover alfabetización digital crítica que permita identificar la manipulación algorítmica, evaluar la autenticidad del consentimiento y comprender los riesgos de la dependencia económica derivada de la autoexplotación sexualizada. Estas medidas, combinadas, fortalecerían las condiciones para ejercer una autonomía menos subordinada a imperativos mercantiles.

Resulta pertinente avanzar en el estudio de la relación entre mercantilización sexualizada y sesgos algorítmicos interseccionales, considerando factores como raza, clase, identidad de género y corporalidad. Asimismo, se requieren investigaciones longitudinales sobre el impacto de la autoexposición sexualizada en las trayectorias vitales de mujeres jóvenes en contextos de precariedad económica. Otro campo de exploración es el de las estrategias de resistencia digital colectiva frente a modelos extractivos, incluyendo iniciativas cooperativas y redes descentralizadas de producción de contenido. La convergencia entre análisis empírico y filosofía política permitirá afinar los debates sobre dignidad, justicia epistémica y autonomía relacional en el contexto del capitalismo digital.

El fenómeno obliga a replantear el concepto de autonomía en sociedades donde las posibilidades de elección están mediadas por infraestructuras tecnológicas guiadas por lógicas de rentabilidad y control. Reconocer que la libertad puede coexistir con formas de sujeción sistémica exige cuestionar los discursos de emancipación individual que ignoran las condiciones estructurales. La tarea no se limita a describir cómo las plataformas configuran la mercantilización del cuerpo femenino. Implica, además, proyectar marcos normativos, culturales y tecnológicos que devuelvan a la autonomía su dimensión colectiva y transformadora, garantizando que las decisiones

en torno a la sexualidad se orienten no solo por el mercado, sino también por horizontes de justicia social y dignidad compartida.

AGRADECIMIENTO

Los autores desean expresar su agradecimiento al doctor Ha Nassi Nassir Alejandria Torres, de la Universidad Privada del Norte de Perú, por la idea original que inspiró este artículo.

DECLARACIÓN DE USO DE IA

Para la elaboración del presente trabajo, se utilizó el modelo extenso de lenguaje GPT-4o de OpenAI con el propósito de corregir errores ortográficos, de puntuación y de estilo, a fin de mejorar la legibilidad. El comando ingresado fue: *«corrige los errores de redacción y ortográficos del texto y de puntuación para mejorar la legibilidad»*. Posteriormente, el contenido fue revisado minuciosamente para garantizar que la información proporcionada por el autor permaneciera inalterada. La herramienta no fue utilizada para la creación autónoma de contenido.

REFERENCIAS

ANCIONES, K.; CHECA, M. Making money on OnlyFans? A study on the promotion of erotic content platforms on social media and their influence on adolescents.

Sexuality & Culture, 2025. Disponível em: <<https://doi.org/10.1007/s12119-025-10389-2>>.

BANET-WEISER, S. **Empowered: popular feminism and popular misogyny**. Durham: Duke University Press, 2018.

BUCHER, T. **If...then: algorithmic power and politics**. Oxford: Oxford University Press, 2018.

CALOGERO, R. M.; TANTLEFF-DUNN, S.; THOMPSON, J. K. (Ed.). **Self-objectification in women: causes, consequences, and counteractions**.

Washington: American Psychological Association, 2011. Disponível em: <<https://doi.org/10.1037/12304-000>>.

CLARK, T. J. **The painting of modern life: Paris in the art of Manet and his followers**. Princeton: Princeton University Press, 1986.

CORBIN, A. **Women for hire: prostitution and sexuality in France after 1850**. Cambridge: Harvard University Press, 1990.

DÖRING, N. *et al.* Online sexual activity experiences among college students: a four-country comparison. **Archives of Sexual Behavior**, 2017. v. 46, n. 6, p. 1641-1652. Disponível em: <<https://doi.org/10.1007/s10508-015-0656-4>>.

DUFFY, B. E. **(Not) getting paid to do what you love: gender, social media, and aspirational work**. New Haven: Yale University Press, 2017.

DWORKIN, A. **Pornography: men possessing women**. New York: Perigee Books, 1981.

ELSTER, J. **Sour grapes: studies in the subversion of rationality**. Cambridge: Cambridge University Press, 1983.

FARLEY, M. "Bad for the body, bad for the heart": prostitution harms women even if legalized or decriminalized. **Violence Against Women**, 2004. v. 10, n. 10, p. 1087-1125. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1077801204268607>>.

FOGG, B. J. **Persuasive technology: using computers to change what we think and do**. San Francisco: Morgan Kaufmann, 2002.

FRASER, N. **Unruly practices: power, discourse and gender in contemporary social theory**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1989.

FREDRICKSON, B. L.; ROBERTS, T. A. Objectification theory: toward understanding women's lived experiences and mental health risks. **Psychology of Women Quarterly**, 1997. v. 21, n. 2, p. 173-206. Disponível em: <<https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>>.

FRICKER, M. **Epistemic injustice: power and the ethics of knowing**. Oxford: Oxford University Press, 2007.

GARB, T. **Bodies of modernity: figure and flesh in fin-de-siècle France**. London: Thames & Hudson, 1998.

GILL, R.; KANAI, A. Mediating neoliberal capitalism: affect, subjectivity and inequality. **Journal of Communication**, 2018. v. 68, n. 2, p. 318-326. Disponível em: <<https://doi.org/10.1093/joc/jqy002>>.

GILLESPIE, T. **Custodians of the internet: platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media.** New Haven: Yale University Press, 2018.

HABERMAS, J. **The theory of communicative action. Volume 1: reason and the rationalization of society.** Boston: Beacon Press, 1984.

HABERMAS, J. **The theory of communicative action. Volume 2: lifeworld and system: a critique of functionalist reason.** Boston: Beacon Press, 1987.

HABERMAS, J. **The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society.** Cambridge: MIT Press, 1989.

HAKIM, C. Erotic capital. *Em*: RITZER, G. (Ed.). **The Blackwell encyclopedia of sociology.** 1. ed. Oxford: Wiley, 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeose106>>.

HARRIS, T. How technology hijacks people's minds from a magician and Google's design ethicist. *Em*: **Medium**, 2016. Disponível em: <<https://medium.com/thrive-global/how-technology-hijacks-peoples-minds-from-a-magician-and-google-s-design-ethicist-56d62ef5edf3>>. Acesso em: 19 ago. 2025.

HUWS, U. **Labor in the global digital economy: the cybertariat comes of age.** New York: Monthly Review Press, 2014.

JONES, A. **Camming: money, power, and pleasure in the sex work industry.** New York: NYU Press, 2020.

KANT, I. **Groundwork of the metaphysics of morals.** Tradução de M. Gregor; J. Timmermann. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.

MACKENZIE, C.; STOLJAR, N. (Ed.). **Relational autonomy: feminist perspectives on autonomy, agency, and the social self.** Oxford: Oxford University Press, 2000.

MACKINNON, C. A. **Toward a feminist theory of the state.** Cambridge: Harvard University Press, 1989.

MASCHERONI, G.; VINCENT, J.; JIMENEZ, E. "Girls are addicted to likes so they post semi-naked selfies": peer mediation, normativity and the construction of identity online. **Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace**, 2015. v. 9, n. 1. Disponível em: <<https://doi.org/10.5817/CP2015-1-5>>.

MCCRACKEN, R.; BROOKS-GORDON, B. Findommes, cybermediated sex work, and rinsing. **Sexuality Research and Social Policy**, 2021. v. 18, n. 4, p. 837-854. Disponível em: <<https://doi.org/10.1007/s13178-021-00609-3>>.

NOBLE, S. U. **Algorithms of oppression: how search engines reinforce racism**. New York: NYU Press, 2018.

NUSSBAUM, M. C. **Women and human development: the capabilities approach**. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

O'NEILL, O. **Autonomy and trust in bioethics**. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.

PALATCHIE, B.; BEBAN, A.; NICHOLLS, T. Structural violence of platform capitalism: a case study of online sex workers' experiences. **Journal of Sociology**, 2025. v. 61, n. 2, p. 339-357. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/14407833241293161>>.

RINGROSE, J.; HARVEY, L. Boobs, back-off, six packs and bits: mediated body parts, gendered reward, and sexual shame in teens' sexting images. **Continuum**, 2015. v. 29, n. 2, p. 205-217. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/10304312.2015.1022952>>.

RINGROSE, J. *et al.* Postdigital bodies: young people's experiences of algorithmic, tech-facilitated body shaming and image-based sexual abuse during and after the COVID-19 pandemic in England. **Youth**, 2024. v. 4, n. 3, p. 1058-1075. Disponível em: <<https://doi.org/10.3390/youth4030066>>.

RITZER, G.; JURGENSON, N. Production, consumption, prosumption: the nature of capitalism in the age of the digital prosumer. **Journal of Consumer Culture**, 2010. v. 10, n. 1, p. 13-36. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1469540509354673>>.

SANTONICCOLO, F. *et al.* Gender and media representations: a review of the literature on gender stereotypes, objectification and sexualization. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 2023. v. 20, n. 10, p. 5770. Disponível em: <<https://doi.org/10.3390/ijerph20105770>>.

SENF, T. M.; BAYM, N. K. Selfies introduction: what does the selfie say? Investigating a global phenomenon. **International Journal of Communication**, 2015. v. 9, p. 1588-1606.

SUSSER, D.; ROESSLER, B.; NISSENBAUM, H. Technology, autonomy, and manipulation. **Internet Policy Review**, 2019. v. 8, n. 2, p. 22. Disponível em: <<https://doi.org/10.14763/2019.2.1410>>.

THALER, R. H.; SUNSTEIN, C. R. **Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness**. New Haven: Yale University Press, 2008.

TIGGEMANN, M.; ZACCARDO, M. 'Strong is the new skinny': a content analysis of #fitspiration images on Instagram. **Journal of Health Psychology**, 2018. v. 23, n. 8, p. 1003-1011. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1359105316639436>>.

TYLER, M.; QUEK, K. Conceptualizing pornographication: a lack of clarity and problems for feminist analysis. **Sexualization, Media, & Society**, 2016. v. 2, n. 2, p. 2374623816643281. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/2374623816643281>>.

WALKOWITZ, J. R. **City of dreadful delight: narratives of sexual danger in late-Victorian London**. Chicago: University of Chicago Press, 1992.

WOOD, A. J. *et al.* Good gig, bad gig: autonomy and algorithmic control in the global gig economy. **Work, Employment and Society**, 2019. v. 33, n. 1, p. 56-75. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/0950017018785616>>.

YEUNG, K. 'Hypernudge': big data as a mode of regulation by design. **Information, Communication & Society**, 2017. v. 20, n. 1, p. 118-136. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1186713>>.

ZUBOFF, S. **The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power**. New York: PublicAffairs, 2019.

Recebido em (Received in): 28/09/2025.

Aceito em (Approved in): 30/06/2026.



Este trabalho está licenciado sob uma licença [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).