



**La influencia de la comunicación persuasiva como estrategia de posicionamiento en la  
industria del modelaje webcam**

Yulieth Vanessa Montoya Marriaga

ID 000517822

Corporación Universitaria Minuto de Dios–UNIMINUTO

Rectoría Antioquia–Chocó

Facultad De Ciencias Humanas y Sociales

Comunicación Social–periodismo

Bello, Colombia

2022

**La influencia de la comunicación persuasiva como estrategia de posicionamiento en la  
industria del modelaje webcam**

Yulieth Vanessa Montoya Marriaga

Monografía de Trabajo de Grado presentada como requisito para optar al título de  
comunicadora social–periodista

Asesor

Andrés Felipe Sánchez Vargas

Mg. Literatura colombiana

Corporación Universitaria Minuto de Dios–UNIMINUTO

Rectoría Antioquia–Chocó

Programa de Comunicación Social–periodismo

30 de noviembre de 2022

## TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	6
Abstract.....	7
1. Introducción .....	8
2. Planteamiento del problema .....	10
2.1 Contexto histórico.....	10
2.2 Contexto social.....	11
2.3 Contexto cultural.....	13
2.4 Estado del arte .....	14
2.5 Delimitación del problema.....	17
2.6 Pregunta problematizadora.....	18
3. Objetivos.....	18
3.1 Objetivo general.....	18
3.2 Objetivos específicos.....	18
4. Justificación.....	19
5. Marco Teórico.....	20
6. Marco Legal y Normativo.....	27
7. Marco praxeológico.....	29
8. Metodología.....	31
8.1. Práctica de oficio.....	32
8.2. Comunicación persuasiva.....	33
8.3 Posicionamiento.....	34
9. Informe de resultados.....	35

9.1 Práctica de oficio.....	35
9.2 Comunicación persuasiva.....	35
9.3 Posicionamiento.....	37
10. Tablas descriptivas de metodologías .....	37
10.1 Tabla 1.....	37
10.2 Tabla 2.....	40
10.3 Tabla 3.....	42
10.4 Tabla 4: Diarios de campo.....	44
10.4.1. Diario de campo N°1.....	46
10.4.2. Diario de campo N°2.....	47
10.4.3. Diario de campo N°3.....	50
10.4.4. Diario de campo N°4.....	51
10.5. Tabla 5.....	53
11. Conclusiones.....	55
12. Bibliografía.....	58

## **Agradecimientos**

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a mis padres, Celmira Marriaga y Leonardo Montoya, por su sacrificio y esfuerzo; por brindarme el apoyo económico que me permitió estudiar y realizarme como una profesional; y convertirme en comunicadora y periodista (un sueño con el que aspiraba desde niña). Gracias por brindarme su apoyo emocional cuando quise en ocasiones desistir y rendirme.

A mi hermano Yeider Montoya, por jugar el mejor papel de hermano mayor, por motivarme e inspirarme a luchar cada día, que con sus palabras de aliento no me dejaba caer y me enseñaba a ser valiente y fuerte.

A los colaboradores de esta investigación, directos e indirectos que me ayudaron a ser sujetos de estudios para la recolecta de la información, gracias por lograr este sueño realidad.

Gracias a todos.

**Resumen:** Gracias a la evolución tecnológica y el internet, el modelaje *webcam* se consolida como una gran industria a nivel mundial pues revolucionó la forma en que se venden y se consumen los contenidos eróticos y explícitos de cada modelo que ejerce el oficio. Las transmisiones en tiempo real, las salas de chat como *Flirt4free*, y las redes sociales como *Onlyfans*, permiten que el modelaje webcam crezca pues captan con rapidez la atención de la audiencia al ofrecer interacción entre usuarios y modelos mediante una plataforma virtual, se crea la ilusión de más cercanía a la realidad. Para lograr dichos cometidos, la profesionalidad del modelo *webcam* exige dominar **habilidades persuasivas** como la seducción, la sensualidad y el erotismo. Además de **comunicarse asertivamente** a partir de destrezas creativas, manejo de emociones, empatía, innovación, confianza y flexibilidad de tiempo. Entendiendo lo anterior, el objetivo de este trabajo será analizar el interés y el uso que todos los involucrados en este tipo de industria le dan a la comunicación persuasiva como estrategia de posicionamiento y crecimiento profesional, lo que debería generar rentabilidad del oficio.

**Palabras Clave:** Comunicación asertiva, Habilidades persuasivas, Industria sexual, Modelaje webcam, *Flirt4free* y *OnlyFans*.

**Abstract:** Thanks to technological evolution and the internet, webcam modeling has become a major industry worldwide, revolutionizing the way in which erotic and explicit content is sold and consumed by each model who works as a model. Real-time transmissions, chat rooms such as *Flirt4free*, and social networks such as *Onlyfans*, allow webcam modeling to grow disproportionately, because they quickly capture the attention of the audience by offering interaction between users and models through a virtual platform, creating the illusion of more closeness to reality. To achieve these goals, the professionalism of the webcam model requires mastering persuasive skills such as seduction, sensuality and eroticism. In addition to communicating assertively from creative skills, emotion management, empathy, innovation, confidence and time flexibility. Understanding the above, the objective of this work will be to analyze the interest and use that all those involved in this type of industry give to persuasive communication as a strategy for positioning and professional growth, which should generate profitability of the profession.

**Keywords:** Assertive Communication, Persuasive Skills, Sex Industry, Webcam Modeling, *Flirt4free* and *OnlyFans*.

## 1. Introducción

La industria erótica del sexo ha sido uno de los grandes movilizadores económicos de algunos países y con la evolución de la tecnología, las películas con contenido explícito para adultos no tienen el mismo auge de antes desde la llegada de las páginas en vivo de internet, las transmisiones en tiempo real y las redes sociales como *Onlyfans*; el mercado del modelaje webcam está captando rápidamente la atención de la audiencia por no solo ofertar sexualidad, sino que también por ofrecer una ilusión más cercana a la realidad de los participantes.

El modelaje webcam son sitios web de entretenimiento para adultos, es la interacción entre usuarios y modelos mediante una plataforma virtual, cuya profesión te exige dominio de seducción, sensualidad, erotismos etc. e igual habilidades de creatividad, manejo de emociones, comunicación asertiva, empatía, innovación, confianza y flexibilidad de tiempo. La mayoría de los *usuarios*, es decir, las personas que consumen este tipo de servicio provienen de los Estados Unidos y Europa, de modo que, se considera el inglés como el idioma universal en la industria y el conocimiento de este se convierte en un agente importante en el oficio.

Según Juan Bustos (2018), Colombia se ha convertido en el segundo país más exportador de modelos en el mundo después de Rumania. Este avance ha implicado que los *studios* vengán desarrollando estrategias de posicionamiento y disciplinas pedagógicas que permiten mejorar la comercialización del producto, en este caso, los modelos de la industria webcam. Por lo tanto, son ellos quienes deben capacitarse constantemente para posicionarse bien en el mercado y sobresalir frente a tantos modelos que compiten por un lugar privilegiado en la industria.

Así, la persuasión es una de las grandes aliadas para atraer clientes, pues esta es la capacidad de disuadir, cambiar ideas, pensamientos y acciones en una persona o sociedad mediante palabras, argumentos, emociones, comportamientos etc. Se fundamenta en el sentimiento del receptor y en

cómo la estructura del mensaje influye en el cambio de actitudes; y también es capaz de persuadir a un público consumidor de forma ética y moral permitiendo crear un vínculo de fidelización, comunicación asertiva y posicionamiento del producto. Entendiendo esto, se clasificarán los elementos y técnicas que desarrollan los intérpretes de acuerdo con la profesión de modelos webcam.

Recolectaremos información por medio de sujetos de estudios, emplearemos entrevistas, diarios de campos, matriz de información, etc. Dentro de los espacios del *studio Mind conecction*. En este escenario, tendremos la oportunidad de colaborar con modelos de alto rendimiento de la página privada *FLIRT4FREE*, cuyos participantes nos permitirán evidenciar su proceso exitoso con la comunicación persuasiva como aliada. También modelos independientes y estudiantes de *La universidad Juan Bustos* harán partícipes de estas metodologías.

Por último, se analizará no solo el interés de los involucrados por la comunicación persuasiva como estrategia de posicionamiento, sino que también se informará y se contrastarán datos de algunos autores que hablan de la infalibilidad de la persuasión al momento de obtener lo que desean. De ese modo, concluir la gran influencia de este modelo comunicativo para el posicionamiento y rentabilidad del oficio.

## 2. Planteamiento descriptivo del problema

### 2.1 Contexto histórico

El *modelaje webcam* se ha convertido en un trabajo muy popular dentro de los sectores líderes en la industria del sexo por internet y se ha venido tornando como uno de los oficios más comunes en los jóvenes de Colombia, especialmente en Medellín en los últimos cuatro años, debido a que aparentan ser una labor que permite alta rentabilidad. Sin embargo, a pesar de su gran auge en la actualidad, el oficio de *modelo webcam* no se originó en los últimos diez años; su inicio se remonta a los años noventa con el lanzamiento de *Jennicam*<sup>1</sup>.

Estas páginas web llegaron a ser muy populares en la internet y en la comunidad de jóvenes universitarios, lo que hizo que sus creadores de este tipo de contenido mejoraran su estatus socioeconómico, gracias a la innovación de lo que nadie había hecho antes, y aprovechando el morbo y la curiosidad de las personas que deseaban interactuar con este tipo de contenido.

Con el paso del tiempo la idea evolucionó, y surgieron las nuevas maneras de transmitir en vivo por internet volviéndose la forma más popular en aquél entonces. Incluso en la actualidad los sitios *webcam* siguen siéndolo, al punto de contar con miles de modelos a nivel mundial: la página web *Livejasmin*, fundada en 2001, fue uno de los sitios pioneros en incursionar en la industria del *modelaje webcam* y hoy día es una de las plataformas más grandes del mundo posicionándose en el «top 1» preferido por los *usuarios*.

---

<sup>1</sup> Jennicam fue un portal de internet en el que hace veinte años, una solitaria estudiante universitaria de diecinueve años se planteó el desafío de transmitir su vida íntima a través de la Internet. Así el 3 de abril de 1996 encendió su cámara web y se convertía en la primera modelo webcam del mundo e ícono cultural de la década de los noventa (Bustos, 2017).

## 2.2 Contexto social

El desarrollo de la información y la comunicación por medio de la tecnología ha sido el escenario propicio para emerger nuevas formas de experiencias sexuales no antes vistas, este modo no solo posibilita al consumidor a una comunicación bilateral, sino que también, le ofrece a quien las interpreta un oficio más cómodo y flexible, al manejar horarios laborales que se adecúan a sus necesidades y vivencias. Esta ventaja es muy atractiva para los jóvenes que apenas comienzan su vida laboral.

Aunque la comunidad sexual genera en la sociedad grandes interrogantes por los tabúes y convencionalismos de sus habitantes; una de sus características principales es atraer a personas que no se sienten atraídas por trabajos convencionales, pues prefieren actividades flexibles que les permitan ocuparse en asuntos personales, como el compartir con su familia, realizar deportes, cuidar de su salud mental y dedicar tiempo exclusivo para hobbies y pasatiempos favoritos.

Así en esta era digital, la tecnología se volvió una gran aliada porque abarca cada vez más los espacios rutinarios de la vida humana al punto de transformarse en el elemento principal de las características del área laboral que en oportunidades nos obliga a experimentar nuevos retos, tanto a nivel personal como profesional; “la generación de los *millennials* y *centennials*<sup>2</sup> son personas que no buscan exclusivamente una buena atención, sino que exigen personalización y esperan que el medio se adecúe a sus preferencias” (Gutiérrez–Rubí, 2014, p.11).

---

<sup>2</sup> La generación *Millennials* nació entre los años 1991 y 1983. “Son personas con ganas de vivir que no se amoldan al estilo de vida tradicional de las generaciones anteriores, sobre todo, en el aspecto laboral. A los *Millennials* les encanta viajar, conocer nuevas culturas y coleccionar experiencias que pueden compartir con otros. Prefieren su lado emocional que, al profesional; ellos quieren trabajar con un propósito y sentir que están haciendo algo diferente” (Jesús, 2020, Párr.7). La generación Z (*Centennials*) abarca a los nacidos entre 1997 y 2012, la anatomía de estos jóvenes es la tecnología, con ellos surgieron los *Influencers*, *Youtubers*, *Instagramers*, y todo aquellos que mueven audiencia mediante la generación de contenido. Ambas generaciones son ambiciosas en el ámbito laboral, los *Millennials* quieren sentirse importantes y cómodos en su trabajo y los Z tiene como propósito en su mayoría ser dueños de su propio tiempo y trabajar a corto plazo.

Las dificultades a la hora de encontrar un trabajo son desafiantes, una situación complicada desde hace más de diez años que ha repercutido en estos jóvenes, que, a pesar de ser la generación más formada por haber disfrutado de un mejor acceso a la educación y método de enseñanza, es la que menos trabajo encuentra y en peores condiciones, sin embargo, gracias a esta problemática social se han venido creando estas nuevas alternativas de empleo digitales y los jóvenes han venido aceptando las nuevas oportunidades como parte de la realidad en la que vivimos y aceptan los desafíos con más naturalidad, comprenden sus necesidades y son conscientes de los riesgos.

En medio del apogeo de trabajo en las redes, marketing digital, trading, NFT<sup>3</sup> Etc. y el pago en dólares, bitcoin, entre otros, genera ambición; razón por la que los jóvenes visualizan la labor de *modelos webcam* como un vehículo para llegar a sus metas a corto plazo, dado el valor de estas monedas vs el peso colombiano; tanto así, que los modelos exitosos de la industria dicen no querer pensionarse en un sistema de trabajo donde les exijan un horario de ocho horas por más de dos décadas. En una de las entrevistas realizadas a uno de los sujetos de estudio de este proyecto, la modelo en cuestión afirmó: “He trabajado como *modelo webcam* por cuatro años, durante cinco horas diarias; y me compré un apartamento de trescientos millones, mientras que mi papá en veinte años de trabajo logró comprar una casa de ochenta millones que aún esta hipotecada” (Saanvi, 2022, min.2). De hecho, en Medellín existe un 30% de personas vinculadas a diferentes empresas destinadas al oficio, en Cali un 25%, en Bogotá un 15%, en el eje cafetero y la Costa Atlántica un 10% (Bustos, 2018, párr.3).

Estos datos arrojan una estadística desfavorable para muchos, pero prometedora para algunos otros: la mayoría de los artistas en nuestro país oscilan en edades entre los veinte y los

---

<sup>3</sup> “Los NFT o ‘tokens’ no fungibles, son activos digitales certificados mediante la tecnología *blockchain*. La criptografía de estos tokens es la que convierte estos activos en únicos: no hay dos iguales, y no se pueden cambiar entre sí. Esto permite acreditar que la persona que lo ha comprado es su único propietario” (Matesanz, 2022, párr. 4).

treinta y cinco años; entre ellos, un número de jóvenes universitarios decepcionados del sistema laboral sobre el qué les espera después de la graduación. Todos argumentan que la crítica situación que se presenta en Colombia al momento de buscar un trabajo fue la necesidad que dio paso a querer emprender, convertirse en sus propios jefes, trabajar en la red e incursionar en trabajos como el *modelaje webcam*.

### 2.3 Contexto cultural

El crecimiento industrial del *modelaje webcam* ha sido exponencial. Colombia después de Rumania es el segundo país con más exportación de este tipo de contenido a nivel mundial, y Medellín es catalogada como la primera ciudad con más *modelos webcams* en el país. Por eso, Juan Bustos, un filósofo egresado de la universidad de Antioquía y también empresario, analizó el mercado estadounidense y rumano, y fijó que con valores agregados los modelos colombianos podrían llevar al límite su oficio y posicionarse a nivel mundial dentro de los mejores. De ahí se crea La Universidad Juan Bustos, centro de formación para modelos webcams, que se autodefine como un programa de enseñanza que nació con la finalidad de brindar herramientas para el crecimiento personal y profesional de las *modelos webcam* en Colombia.

La preparación de esta universidad en áreas como la persuasión, la seducción, las posturas corporales y creatividad, son fundamentales en la carrera como *camgirl*, por lo que se creó el nuevo pensum de estudios. Este curso agrupa toda una experiencia para que las mujeres aprendan sobre la seducción de manera profesional y eficaz, y está diseñado para abordar temas prácticos para que puedan mejorar no solo sus tácticas sino su feminidad, autoestima y creatividad sexual. Estas clases están dirigidas

a un público femenino mayor de edad, así como a modelos webcam nuevas o con experiencia y también para modelos trans (Bustos, 2019, p.4).

Este centro de formación para *modelos webcam*, que no está avalado por el Ministerio de Educación Superior, y, sin embargo, hoy en día cuenta con más de mil egresados, le da una nueva perspectiva a la industria del sexo, y permite cuestionar cómo un trabajo tan “simple” necesita de recursos educativos, y es que cada vez más son los jóvenes que con el aprendizaje y el conocimiento diferente áreas como la persuasión y el idioma inglés, buscan profesionalizar su perfil.

#### **2.4. Estado del arte**

Son varios los trabajos referencian el *modelaje webcam* en Colombia, lo que indica que este es un tema de interés que toma relevancia en la sociedad, pues los individuos que la habitan ya no ven los contenidos relacionados con esta industria como tabú o prohibidos. De este modo, realizando una búsqueda sobre los escritos, trabajos, y publicaciones al respecto se encontraron cinco textos que apuntan al modelaje webcam como un oficio o negocio que requiere de habilidad, destreza, disposición, arte, y hasta maestría para ejecutarlo, y que sus actores puedan posicionarse alto en el mercado que cada vez se hace más competitivo. Así:

1. “La actividad de las modelos webcam en Colombia: vulneración de su derecho al trabajo” (2020) de Valentina Hernández Daza, es un proyecto de pregrado de la Universidad de los Andes (Bogotá) se concentró en exponer la situación de las mujeres prestadoras del servicio de entretenimiento para adulto a través del sistema webcam en cuanto a sus derechos jurídicos. El

trabajo se hace interesante por tratar este tipo de modelaje desde la jurisprudencia y el derecho, aplicando su metodología al realizar entrevistas a doce modelos webcam que exponía su situación laboral, y construir una guía para las modelos con el fin de señalar alternativas jurídicas que las mujeres podrían utilizar para hacer valer sus derechos; pero supuso que todos los actantes de este tipo de modelaje son solo mujeres, y pasó por alto que también a los hombres que ejercen este trabajo suelen ser vulnerables.

2. El proyecto de grado “De la virtualidad, las emociones y el trabajo sexual: un acercamiento desde el modelaje webcam” de Paula Daniela Orduz Ramos, es un texto de 2021 que se presentó en Universidad Nacional de Colombia, Bogotá. Se centra en el trabajo emocional de las *camgirls* y describe las habilidades necesarias para el éxito en este oficio, argumentando que los lazos emocionales establecidos entre *camgirls* y *usuarios* son centrales en las dinámicas sexuales dadas en la virtualidad, lo que genera una nueva perspectiva para los debates del trabajo sexual. Nuevamente este escrito no contempló la posibilidad de realizar un acercamiento a los *camboys* para contrastar las habilidades necesarias y el tipo de emociones que estos modelos deben sobrellevar para alcanzar el éxito. El paralelo entre modelos femeninas y masculinos pudo ser la piedra angular en esta monografía.

3. De 2021 y de la ciudad de Bogotá, también se nos presenta el proyecto “El modelaje webcam: un asunto de autoestima y sexualidad” de las investigadoras Ángela María Castrillón Estrada y María Alejandra Rodríguez Jiménez de la Pontificia Universidad Javeriana. Este trabajo se centró en el trabajo del modelo *webcam* para conocer si repercute en el aumento de la autoestima de las modelos ayudándoles a adquirir más seguridad en ellas mismas, así como del empoderamiento y apropiación de su cuerpo. Si bien esta investigación puede relacionarse con la re-concepción que tienen las modelos de su propia sexualidad, no se aborda el cómo pueden

utilizar todos estos factores a su favor para persuadir a los clientes y ganar más favorabilidad en el medio.

4. Repitiendo la Pontificia Universidad Javeriana en 2021 se presenta la elaboración del trabajo “Modelos webcam, la generación 4.0 de trabajo sexual en Colombia” de Estefanía Niño Cruz. En este se trata de entender cómo funcionan los estigmas morales y éticos alrededor del trabajo sexual en Colombia, y cómo este ha ido evolucionando acorde con los avances tecnológicos.

5. Por último, “Modelos webcam: repercusiones en la vida diaria y percepción de violencia de género” de Silvia Juliana Quijano Mantilla, Jenny Rocío Peña Toloza, y Silvia Nathalia Villamizar Cagua, es un trabajo de 2020 concebido en la Universidad Autónoma de Bucaramanga (Floridablanca). Este apuntó a investigar la violencia de género de los modelos *webcam* con el fin de conocer la afectación positiva o negativa que los afectados deben sobrellevar. Destaco este trabajo por ser el único que no pertenecía a una universidad de Bogotá.

Cabe destacar que todos los trabajos fueron realizados por mujeres, lo que denota un alta empatía y voluntad de querer visibilizar a una industria que es liderada a nivel mundial por su mismo género.

## 2.5. Delimitación del problema

La industria del entretenimiento webcam en los últimos años ha obtenido un alto grado de popularidad alrededor del mundo gracias al estilo de vida que permite y a las grandes oportunidades económicas que ofrece; debido a esto, son más las personas que a diario se suma. En la actualidad la mayoría de los jóvenes que deciden incursionar en este mundo se acercan para cumplir la fantasía ideológica de un «trabajo fácil» que exige poco tiempo laboral y remunera una gran cantidad de dinero, pero con el tiempo confrontan la realidad y se percatan de que si bien el oficio no es tan fácil, si tiene una remuneración económica mucho mejor que la de un trabajo convencional. Así lo comenta Saanvi (2022), uno de los sujetos de estudio de este trabajo.

El pago de este trabajo no se basa en horas acumuladas como las personas del común creen, tampoco por un contrato de prestación de servicio, menos se basa al juego de una *stripper* donde debe bailar y seducir a un número de clientes a cambio de propinas; el trabajo del *modelo webcam* es mucho más complejo de lo que la comunidad percibe, en consecuencia a estos conceptos erróneos de un número significativo de modelos, las *páginas webcam* se han tornado de manera exigente con sus actualizaciones de transmisión, para así evitar una sobre población mediocre de modelos, malos performances y emisiones regulares etc. exigiéndoles a los involucrados renovar constantemente sus espectáculos, crear nuevas ideas de entretenimiento, aprender inglés y por qué no, educarse sobre estrategias comunicativas.

De acuerdo a lo anteriormente expresado, esta investigación pretende abordar los elementos persuasivos que ayudaron a los modelos TOPS (Jóvenes que se destacan por tener un alta rentabilidad en la labor) a generar un extraordinario impacto positivo de comunicación asertiva y como de manera estratégica adecuaron los prototipos que existen alrededor de las mujeres colombianas para crear un excelente resultado de posicionamiento y marketing, cuyos modelos

actualmente se han convertido en referentes e iconos para los principiantes en la industria a nivel mundial.

## **2.6 Pregunta de investigación**

¿Cuál es la influencia de la comunicación persuasiva como estrategia de posicionamiento en el fortalecimiento de la industria del modelaje webcam en la ciudad Medellín?

## **3. Objetivos**

### **3.1. Objetivo general**

Analizar cómo la comunicación persuasiva influye en la industria webcam, y fortalece el posicionamiento de marca de los modelos del Studio *Mind Connection* ubicado en la ciudad de Medellín (Colombia).

### **3.2. Objetivos específicos**

- a) Identificar las prácticas que caracterizan el oficio del modelaje webcam para señalar cómo el buen uso de estas permite crear una comunicación asertiva.
- b) Reconocer cuáles estrategias comunicativas se correlacionan con la capacidad del argumento persuasivo que los modelos webcam emplean con los usuarios que interactúan.
- c) Establecer cómo los partícipes de esta industria adquieren habilidades comunicativas para apostarlas como sus estrategias persuasivas de marketing.

#### 4. Justificación

Los motivos que llevaron a investigar a la industria del *modelaje webcam* se centran en destacar a la investigación, la comunicación, e incluso el periodismo, como disciplinas que involucran y simbolizan la formación del oficio de *modelos webcam*. Además, de hacer notar el trabajo empírico de algunos participantes sobre estrategias de posicionamiento por medio de la seducción.

Al analizar detalladamente las prácticas del oficio a nivel mundial y específicamente en nuestro país Colombia, e indagar el por qué a los jóvenes se les hacen tan llamativo la idea de trabajar en empleos de este tipo, nos permitirá entender desde el contexto social las necesidades que llevan a los modelos a obtener el máximo provecho de la *era digital*.

El registro de entrevistas, grupos focales, diarios de campos y una profunda inmersión en la internet, nos enseñó el gran trabajo de posicionamiento que hacen las personas que pertenecen a la industria, además de ver lo comprometidos que están en aprender sobre comunicación estratégica y asertiva, esto, considerado por la sociedad un poco extraño cuando hablamos de un trabajo sexual. En consecuencia, buscamos visibilizar paso a paso cada una de las estrategias comunicativas persuasivas, la que principalmente abordaremos en esta investigación, debido a que es imperativo resaltar estos datos para entender el por qué Colombia juega un papel tan importante en la industria.

Además, de generar conocimiento a nuestros lectores sobre el trabajo persuasivos que han venido trabajando *studios webcam* y modelos independientes para la profesionalización del oficio también queremos también resaltar cómo por medio de estas estrategias la industria pretenden crear conciencia a los posible prospectos sobre la ardua labor que se necesita para convertirse en

un modelo exitoso para igualmente educar y desmitificar el estigma de “trabajo fácil, dinero fácil” que acompaña la industria erótica del sexo.

## 5. Marco Teórico

Si bien la persuasión es una de las técnicas modernas para influenciar creencias, intenciones, actitudes y comportamientos –igual que la seducción– se considera un método de mediación social, una forma de comunicación a través de elementos diversos racionales y simbólicos, por lo que el contexto geográfico se convierte en un elemento significativo para la realización de esta técnica. De esta manera se permite crear la estrategia persuasiva como una gran aliada de los modelos que desean posicionarse en el mercado; de tal forma este escrito se centrará especialmente en el trabajo de las modelos *webcam* colombianas y del cómo usan la persuasión a su favor.

En la actualidad, las técnicas y los canales comunicativos influyen altamente en la capacidad de persuasión; ya que todo ser humano comunica con sus palabras, su cuerpo y sus gestos, lo que se conoce como lengua y lenguaje<sup>4</sup>. Por lo tanto, las personas deberían cuidar la forma en que se comunican; así, vale la pena que se tenga cierto control sobre ello, y es aquí donde cobra importancia la persuasión. “La comunicación persuasiva se caracteriza por la intención manifiesta del emisor de producir un efecto en el receptor y modificar su conducta: inducir al consumo, estimular la participación o conseguir que compre un determinado producto o marca” (Roiz, sf, p.2).

---

<sup>4</sup> La lengua pertenece al lugar demográfico al que pertenece cada individuo; es el idioma que usan los hablantes de acuerdo al lugar en el que viven. En el caso de Colombia, la lengua sería español. El lenguaje es la capacidad inherente que todo ser vivo tiene para comunicarse; es universal. Casos serían el lenguaje facial y corporal.

Basándose en la importancia de este concepto, cabe mencionar que la industria del entretenimiento *online* se percibe como un arte donde se transmiten emociones, deseos, pretensiones, ambiciones, apetitos, codicias, entre otros. Por eso, la comunicación persuasiva es el principal agente que se debe dominar antes y después del posicionamiento de marca; no dejando de lado el conocimiento y entendimiento de la interfaz<sup>5</sup>

Existen más de diez sitios alrededor de la industria del modelaje *webcam*, y se rigen bajo dos modalidades: *página pública* y *página privada*<sup>6</sup>. La comodidad es un factor importante que permite al emisor transmitir con confianza el mensaje al receptor a través de un canal, en este caso, el modelo deberá sentirse seguro y cómodo con su tipo de página antes de iniciar con el proceso persuasivo. Por cierto, los modelos colombianos (tanto masculinos como femeninos) son bastante populares y destacan con una alta rentabilidad dentro de la metodología *página pública* porque es ideal para personas con talentos creativos, extrovertidos y personas muy sociables; características que se asimilan a la personalidad de los latinos, quienes son líderes en esta modalidad. No obstante, esta investigación se enfocará en los modelos e intérpretes de *páginas privadas* de sitios web como *Flirt4free*, *Livejasmin*, *Streamate*, *etc.*<sup>7</sup>; portales que se destacan por ser sofisticados, glamurosos, sensuales, elegantes, y muy exigente con sus participantes, ya que demandan una alta tecnología, escenografía, constancia, e incluso bastante atraktividad. Son ideales para personas intelectuales,

---

<sup>5</sup> La interfaz es el dispositivo capaz de transformar las señales generadas por un aparato en señales comprensibles por otro, entendiéndose como todos los componentes que conforman la zona de comunicación y permite la conexión con otros usuarios por medio de la internet.

<sup>6</sup> En la **página pública** hay una interacción entre modelo y espectador se puede ver a todas las personas que estén en la sala observando el show sexual, y estas son libres de enviar la cantidad de propinas que deseen. El modelo podrá tener una meta a cambio de una acción y entre todos recolectar dicho objetivo; sin embargo, los usuarios que no ayudaron a la meta también podrán disfrutar del show en vivo. El mejor ejemplo de este tipo de espectáculo es el portal web *Chaturbate*. En la **página privada** también existe una sala de chat pública, pero en el show sexual, el modelo tiene un encuentro íntimo en la interfaz de privado únicamente con el usuario que la ingresó a dicha sala. Las ganancias vienen del valor por minuto de la sala en privado y las propinas extras que le aporte el usuario a la modelo como en el portal de *Livejasmin*.

<sup>7</sup> *Flirt4free*, *Livejasmin*, *Streamate* son sitios que pertenecen a la modalidad de página privada. En estos portales los colombianos se posicionan como *top2*. Estos portales son lideradas principalmente por modelos europeas como las rumanas.

disciplinadas y con capacidad de comunicarse estratégicamente, reto inconmensurable para los jóvenes colombianos, que al no contar con un enfoque o excelentes técnicas, se les dificulta posicionarse dentro de la categoría de *sitios privados*, pues estas clasificaciones exigen más disciplina de horas constantes diarias para posicionarse

Por cultura, los colombianos suelen creer más en proyectos a corto plazo, por lo que esperan resultados rápidos en poco tiempo. A su vez, son conformistas con los frutos obtenidos. Juan Bustos afirma que este tipo de industrias exigen constancia en las transmisiones para obtener una buena rentabilidad; estas pueden ser de seis horas diarias mínimo para empezar a ver logros en un lapso de dos meses. Con estos requerimientos en mente se hace necesario que las personas den un paso por academias educativas, universidades, institutos, etc., pues estos jóvenes que aún pertenecen a un sistema educativo se vuelven más conscientes del tipo de necesidad de comunicación de los *usuarios*. Y es que parece que los conocimientos adquiridos sobre comunicación asertiva y estratégica para la formación de un profesional les ha posibilitado hacer un gran trabajo, especialmente a los estudiantes que pertenecen al área de ciencias humanas y sociales.

**La comunicación asertiva se basa en una actitud personal positiva a la hora de relacionarse con los demás** y consiste en expresar opiniones y valoraciones evitando descalificaciones, reproches y enfrentamientos. Es la vía adecuada para interactuar con personas a la hora de expresar deseos y sentimientos, tanto placenteros, de una forma directa, sin negar o menospreciar los derechos de los otros y sin crear o sentir inhibición o ansiedad desadaptativa (que impida relacionarse con los demás).

**Es defenderse, sin agredir ni ser pasivo**, frente a conductas de otros que consideramos poco cooperadoras, inapropiadas o poco razonables. Estar conscientes de que tenemos derechos y debemos respetarlos, para no dejarnos avasallar como personas (Domínguez, 2022, p.2).

Esta categoría de jóvenes representa un gran número de modelos con alto rendimiento en las páginas privadas, puesto que, bajo esta modalidad la primera impresión no es precisamente un acto sexual sino más bien, un modelo con apariencia sensual dispuesto a hablar, conocer y saber primero sobre los gustos y fantasías de su prospecto antes de realizar la comunicación persuasiva. El plus más importante en la industria del modelaje webcam, singularmente en esta clasificación es tener conocimientos en el idioma inglés, este agregado te sumará ventajas significativas dentro de la competencia y los estudiantes tienen poco o algunos muchos manejos sobre este.

La principal herramienta para ejercer este oficio es contar con una avanzada tecnología capaz de transmitir la información, tal es el [1] Internet fibra óptica, [2] computador tipo *gamer*<sup>8</sup> y [3] una cámara 4k que permita enviar la imagen en alta calidad. “Seccionar el tiempo no es tarea de utópicos. Inconscientemente, el click fotográfico devuelve por magia el pasado. La imagen rememora, compara y comunica. No solo las palabras sirven para construir historias. Un gesto, inmortalizado en imagen, es más verosímil que cualquier relato narrado. Recurrir a una imagen para convertir a un incrédulo está en la genética humana; una imagen vale más que mil palabras (One look is worth a thousand words), que dictó el publicista y dibujante Fred Barnard. Regla no ya de la publicidad, sino de la vida misma” (Rodríguez Pérez, 2014, p.1). La escenografía de la

---

<sup>8</sup> Los computadores *gamer* utilizan un procesador *Intel Core i5* o superior, y deben contar con una alta memoria RAM de 8 GB o más y una velocidad de 1,600 MHz. Se hacen necesario este tipo de computadores para transmitir con fluidez y calidad el en vivo. La calidad en la imagen es lo más importante para un modelo webcam; si la calidad de imagen es mala, borrosa o pixelada, un gran número de usuarios se alejarán.

habitación es la segunda herramienta más importante al momento de la transmisión: la decoración, la paleta de colores, y cada elemento de este, debe estar previamente planeado a las necesidades del modelo. Es importante la armonización entre el espacio y el participante para llevar a cabo una acción persuasiva, por eso, el análisis físico, emocional e intelectual del modelo, es imperativo para conocer las herramientas que le favorecen.

La creatividad debe ser un agente infaltable dentro de las emisiones en vivo, pues como en la realidad, la monotonía sexual puede hacer perder el interés dentro de las parejas, del mismo modo y con mucha más frecuencia, sucede en este tipo de escenarios. Debido a esto, los intérpretes que se percatan de esta posible situación deciden incluir nuevos espacios dentro de su cronograma, ejemplo: el baño, la cocina, la sala, etc. Estas actividades poco comunes dentro del medio, les permite seducir la atención de una nueva audiencia y mantener la de los usuarios fieles.

Es importante recordar que estas estrategias no son empleadas por todos los modelos, sino por jóvenes que se han dedicado a estudiar, analizar y aprovechar recursos de conocimientos que expertos ofrecen. Volviendo a la monotonía en el sexo y comparándola con la realidad, la escenografía y los nuevos espacios no son los únicos elementos que se emplea para la comunicación persuasiva.

Cristian Cipriani, productor, director y escritor de contenido para adultos, actualmente coordinador, y entrenador de modelos webcam en Colombia, ofrece por medio de la plataforma *MANYVIDS*<sup>9</sup>, video personalizados, tutoriales, etc. Para convertirse en un modelo exitoso en la industria. Unos de sus videos tutoriales, herramienta aplicada por los modelos *TOP*, es enseñarles a los participantes el bueno uso de la cámara. La cámara es el ojo del *usuario* y, los ángulos correctos te permitirán simular la realidad dentro y fuera de un espectáculo sexual. “El contacto

---

<sup>9</sup> *Manyvids* es una página web que les permite a los modelos webcam vender su contenido (fotos, lencería, calzado, etc.) a un precio fijo, o por medio de una membresía. Tiene la posibilidad de transmitir en vivo.

visual es una poderosa vía de comunicación. A través de las miradas se envían mensajes conscientes e inconscientes que ejercen gran influencia en todo tipo de encuentros” (Sánchez, 2022, p.2). La mirada juega un papel importante durante la seducción, son el comienzo de lo que se puede convertir más tarde en un vínculo amoroso, así pues, mirar fijamente a la cámara es similar al contacto visual. Cipriani, enseña como los ángulos de la cámara puede permitir a los usuarios acercarle a la realidad del deseo y de esta manera, hacer válida la acción persuasiva. A continuación, abordaremos los tres planos más favorables para un espectáculo sexual exitoso.

1. Plano general, que nos ofrece una amplia vista del espacio, permite observar al modelo de pies a cabeza dentro del escenario, logrando ver desde su escenografía al traje que viste, tacones, lencería, etc. Por lo general, es este ángulo el primero con el que suelen encontrarse los espectadores en cualquier sala de modelos.
2. Primerísimo plano en movimiento por el cuerpo, en el rostro, nos hace ver el mensaje de la mirada o la expresión facial. A través del cuerpo, permite ver los movimientos de cerca y las caricias. Esto posibilita una sensación real, ofrece la idea al *usuario* de estar en el mismo espacio.
3. Plano subjetivo o POV (Point of view), con este ángulo queremos dar la sensación de ver desde los ojos del usuario, este plano es el ideal para el show privado donde se realiza la actividad sexual, permite que el usuario tenga la percepción de quien es el que está realizando el acto.

Todos estos elementos son recursos comunicativos válidos y efectivos para persuadir a los usuarios. “El poder que tiene nuestro lenguaje corporal en lo que transmitimos y en su impacto en la relación con los demás es indudable. Llevar a cabo de manera consciente algunos gestos, nos

puede ayudar a reforzar la confianza y la persuasión de cara a nuestro interlocutor” (Moreno, 2018, p.1).

El arte de la seducción requiere más de palabra para ser satisfactorio, y, los modelos webcam son muy conscientes de ello. Las expresiones corporales y faciales representan una gran importancia de validez durante el sexo, dentro y fuera de la realidad virtual. Seguido abordaremos los tres escenarios donde se percibe la acción persuasiva para lograr una transmisión exitosa.

1. Coqueteo: previamente de establecer una conversación y fijar que el usuario está interesado, el modelo deberá comenzar con el coqueteo persuasivo para lograr propinas o un espectáculo privado. Así, mantener el contacto visual, movimientos pausados y sensuales, caricias sutiles e intensas; influir en primera instancia en la mente, estimulando fantasías, y a su vez, cuestionando si disfruta de lo que observa. Los gestos faciales, los gemidos, el mordisco de labio son muestras de excitación y lograra que la persona quiera más creando pautas de desasosiego.
2. Espectáculo privado: después de tener éxito en la sala pública y lograr que el usuario tomará al modelo a la sesión privada, estarán en encuentro íntimo, aquí el intérprete deberá seducir con las partes de su cuerpo, por medios de bailes, striptease y posteriormente emplear juguetes sexuales. La creatividad de las posiciones sexuales, el acompañamiento de palabras eróticas, los gemidos apasionados y los fluidos corporales consentirá al usuario la autenticidad del show.
3. Fidelización: después de un gran *show*, el modelo fidelizará al usuario para una próxima sesión, creando fantasías de lo que obtendrá si desea volver. También, por medio de las herramientas que ofrece la interfaz del sitio, agregar a favoritos, bandeja de mensajes, redes sociales, etc. todo lo necesario para permanecer en contacto.

El objetivo de cada transmisión en vivo es transmitir la realidad del modelo. Es un oficio que exigen esfuerzo físico y valentía emocional; por lo tanto, emplear estas estrategias persuasivas permite que el modelo ofrezca una visión verdadera que está lejos de la realidad pero que le posibilitará ganancias notables.

La disciplina constante, la comunicación estratégica, la creatividad de los «*en vivo*», la seducción persuasiva, el éxito de los espectáculos privados y el trabajo duro realizado por el modelo, no solo le permite obtener una gran rentabilidad, sino, que también adquiere un gran prestigio dentro de la industria que lo posiciona dentro de los mejores a nivel mundial y se convierten en ganadores de premios en las galas anuales que prepara la industria para reconocer sus mejores artistas.

## **6. Marco legal**

En los años donde surgía la popularidad de la industria del modelaje webcam, muchos jóvenes se interesaron en pertenecer al oficio, entre ellos menores de edad; sin embargo, por ley los sitios de entretenimiento *online* no permiten el registro de jóvenes menores de dieciocho años; pero, los *studios* tomaron ventaja de la inclinación de los adolescentes y encontraron la manera de hacer registro de estos chicos con una identidad falsa. Por discreción y privacidad los *studios* en Medellín solían tener sus instalaciones en barrios comunes pero accesibles, tal es el caso de El Estadio, La Floresta, El Poblado, entre otros. No obstante, se presentaron problemas con los residentes de dichos sectores, puesto que se quejaban de una posible *casa de citas* en sus localidades y estos alertaron a la policía. En esa época la policía Nacional recibió múltiples quejas y se percataron del nuevo negocio que se ejercía en la ciudad. También se encontró que muchos

de los modelos que ejercían la profesión eran menores de edad, actuando estos establecimientos al margen de la ley y desconociendo el artículo 1º de la Ley 679 de 2001 de Colombia.

Esta ley, que se aplicó para todos los establecimientos donde la policía encontró menores de edad ejerciendo la labor de modelos webcam, tiene por objeto dictar medidas de protección contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso sexual con menores de edad, mediante el establecimiento de normas de carácter preventivo y sancionatorio, y la expedición de otras disposiciones en desarrollo del artículo 44<sup>10</sup> de la Constitución Política de Colombia. Si bien en Colombia la prostitución no es ilegal, el código penal reconocer como delito la explotación sexual, el proxenetismo y la prostitución por fuerza y amenaza con menores de edad.

A lo largo del tiempo, el escenario del modelaje *webcam* creció exponencialmente, acogió a una gran cantidad de jóvenes alrededor del país, y, en consecuencia, la industria ha producido enormes cantidades de dinero que no estaba reguladas. En el año 2020, El senador Jonathan Tamayo promovió la propuesta de gravar el oficio con IVA, argumentando que la industria produce cuatrocientos ochenta millones de pesos colombianos (480'000.000 COP) anuales; además de dañar la imagen de los jóvenes y de las mujeres en el país. Según su testimonio recogido por un portal de noticias: “es darle una regulación para que entre el recurso al Estado, lo que nos puede servir para salud y deporte, pero a lo que más le apuntó, es a que se utilicen esos recursos para generar empleo en esas regiones donde hay más modelos webcam” (Tecnósfera, 2018, p.3).

---

<sup>10</sup> **ARTÍCULO 44.** Son derechos fundamentales de los niños: la vida, la integridad física, la salud y la seguridad social, la alimentación equilibrada, su nombre y nacionalidad, tener una familia y no ser separados de ella, el cuidado y amor, la educación y la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión. Serán protegidos contra toda forma de abandono, violencia física o moral, secuestro, venta, abuso sexual, explotación laboral o económica y trabajos riesgosos. Gozarán también de los demás derechos consagrados en la Constitución, en las leyes y en los tratados internacionales ratificados por Colombia. La familia, la sociedad y el Estado tienen la obligación de asistir y proteger al niño para garantizar su desarrollo armónico e integral y el ejercicio pleno de sus derechos. Cualquier persona puede exigir de la autoridad competente su cumplimiento y la sanción de los infractores. Los derechos de los niños prevalecen sobre los derechos de los demás (Constitución Política de Colombia, 1991, p.7).

Así, el 28 de diciembre de 2018, el presidente colombiano Iván Duque Márquez sancionó la ley 1943 de 2018 para crear un impuesto que oscila entre el 4% y el 6 % a la rentabilidad del oficio. Esta ley, por la cual se expiden normas de financiamiento para el restablecimiento del equilibrio del presupuesto general, afectó los ingresos de las modelos *webcams*, pues en el párrafo 3° del artículo 368<sup>11</sup> se tienen en cuenta estas personas como agentes de retención según los mecanismos de financiamiento en impuesto a las ventas e impuesto al consumo.

Por su parte, el presidente de Estados Unidos Donald Trump aprobó el 11 de abril del 2018 la ley FOSTA (Fight Online Sex Trafficking Act), y la ley SESTA<sup>12</sup> (Stop Enabling Sex Traffickers Act), que tratan de combatir la trata de personas con fines de explotación sexual y su oferta en internet. Bajo la ley SESTA/FOSTA está prohibido la sollicitación, facilitación y promoción del trabajo sexual dentro de los Estados Unidos; sin embargo, como la mayoría de los sitios de entretenimiento para adultos en vivo tienen sus dominio en dicho país, cualquier modelo y usuario sin importar en qué país se encuentre debe regirse por las normas de Estados Unidos (Forero Montoya, 2018).

A diferencia de la prostitución callejera, anunciarse de manera *online* y voluntaria cambia un poco el panorama, ya que las páginas web se ven obligadas a poner normas más estrictas, y

---

<sup>11</sup> Artículo [368](#). Quiénes son agentes de retención. (...)

**PARÁGRAFO 3o.** Entiéndase también como agentes de retención las personas jurídicas y naturales exportadoras de servicios de entretenimiento para adulto a través del sistema webcam, que mediante contrato de mandato como hecho generador practiquen la retención en la fuente por servicios al mandante en el respectivo pago o abono en cuenta, de conformidad con el artículo [392](#). Estas empresas estarán organizadas en una Federación de Comercio Electrónico para Adultos para su control y el sector será reglamentado mediante ley (Le y 1943 de 2018).

<sup>12</sup> “The **FOSTA** (Allow States and Victims to Fight Online Sex Trafficking Act) and **SESTA** (Stop Enabling Sex Traffickers Act) are the U.S. Senate and House bills that became law on April 11, 2018. They clarify the country's sex trafficking law to make it illegal to knowingly assist, facilitate, or support sex trafficking, and amend the Section 230 safe harbors of the [Communications Decency Act](#) (which make online services immune from civil liability for the actions of their users) to exclude enforcement of federal or state sex trafficking laws from its immunity. Senate sponsor [Rob Portman](#) had previously led an investigation into the online classifieds service [Backpage](#) (which had been accused of facilitating child sex trafficking), and argued that Section 230 was protecting its "unscrupulous business practices" and was not designed to provide immunity to websites that facilitate sex trafficking” (Dias, 2018; Jackman, 2018; Magdid, 2018).

monitorear exhaustivamente el contenido de los modelos y usuarios para censurar información que atente contra la privacidad. Concluyendo entonces que tanto la pornografía *online* y el trabajo sexual se han hecho más visibles en los últimos años; de este modo, los países a quienes más le afecta esta industria se han visto obligados a imponer medidas legales que tratan de regular este tipo de comercios.

## **7. Marco praxeológico**

Esta investigación aplicará el enfoque praxeológico a partir de un análisis de la relación entre la teoría, plasmada en la presentación de los conceptos relevantes para el estudio y la práctica, en el que se examinará el entorno en el que se desenvuelven los periodistas por medio de sus saberes, y los efectos que tendrá en sus seguidores la forma en que los mismos transmiten el mensaje. La reflexión que se llevará a cabo en la investigación tendrá como punto principal incitar la iniciativa ciudadana en pro del desarrollo de la participación social teniendo en cuenta el contexto de la situación estudiada, causando la capacidad crítica y reflexiva de la sociedad en la toma de decisiones que promueven un cambio social (Juliao, 2014). Es importante tener una posición clara sobre las publicaciones que se hacen en las redes sociales de algunos periodistas y como se da la crítica por parte de los seguidores que no están de acuerdo con el contenido afectados a los periodistas que cumplen con su labor de informar y que, a su vez, influyen en los puntos de vista de cada individuo.

## 8. Metodología

En esta investigación se empleó el método cualitativo, descriptivo, para plantear el problema que acecha a la industria del modelaje webcam en la actualidad. Seguidamente se midió y evaluó el proceso del diagnóstico y el desempeño de la investigación; a causa de variables de estudio y recolección de la información.

Así mismo, este diseño de investigación estuvo enfocado en el significado y la observación de la comunicación persuasiva como fenómeno, permitiendo así explicar y comprender el comportamiento de este determinado grupo al arrojar datos difíciles de cuantificar. Cabe resaltar que las principales fuentes de información para esta investigación fueron jóvenes universitarios, que se reconocen como *modelos webcam* calificados en la industria, especialmente de la página privada *Flirt4Free* del *studio MindConnection*, ubicado en la ciudad de Medellín. También se usaron artículos de periódico, documentos, blogs, trabajos de investigación, entre otros, para sustentar el argumento de la tesis.

Igualmente, en medio del recorrido teórico fue necesario realizar una detallada inmersión y observación para definir cuáles serían los métodos de recolección de la información más pertinentes al medio, tanto para la investigación como para el acercamiento de campo; entiendo que hablamos de la industria del sexo, y de esta manera ser más objetivos con nuestros argumentos.

En un primer momento se diseñó una hoja resumen con la información general del proyecto de investigación (ver Tabla 1: Hoja resumen con la información general del proyecto de investigación) para determinar las categorías de conceptos que se encontraban en cada uno de los objetivos específicos, de acuerdo con esto, fijar los instrumentos de recolección más idóneos a cada definición.

En un segundo momento se diseñó una tabla nuevamente con los objetivos específicos y sus respectivas categorías, (ver tabla 2: Hoja de objetivos específicos con sus respectivas categorías) con el objetivo de definir cada concepto por referencias de autores relacionados con la práctica. De este modo, la recolección de datos se clasificó por tres categorías.

### **8.1 Práctica de oficio.**

De acuerdo con la hoja resumen en esta categoría, se realizó una entrevista semiestructurada, lo que significa que fueron realizadas con anterioridad en un guion base. Dicha entrevista se estructuró con una guía de preguntas abiertas e individualmente (ver tabla 3: Guía de entrevista semiestructurada) lo que permitió un diálogo espontáneo y orgánico con cada uno de los participantes.

La aplicación del instrumento se realizó en las instalaciones del *studio MindConnection* y en el lugar se entrevistaron a los dos modelos más top, quienes en un momento se encontraban un poco tímidos; pero como la entrevista fue en su escenario de trabajo (las habitaciones) se fueron sintiendo cómodos y flexibles para responder a las preguntas planteadas. El entrevistado número uno, *Lucia*, es una joven que ingresó a la industria a los dieciocho años, quien desde su primera transmisión obtuvo ganancias rentables y a lo largo de tres años, se ha mantenido como una de las mejores cien modelos del sitio, nos dio acceso a su habitación para conocer su espacio de trabajo y proceder a la entrevista mientras ella se maquillaba para dar paso a su show en vivo. Fue una conversación muy amena y provechosa, pues pudimos profundizar su particular estrategia de persuasión y su modo de comunicarse con los usuarios.

El entrevista número dos, Tony, es un chico de veinticuatro años con un físico muy atlético, apasionado por el deporte, la alimentación saludable y todo lo relacionado con la vida *fitness*. Él narró su experiencia como modelo, y del cómo tomó ventaja de su apariencia para monetizarla; además de haber aprendido trucos de manera empírica que le hicieron posicionarse de un modo sólido en el oficio. Este joven ingresó a la industria a la edad de dieciocho años y asegura que este trabajo le ha cambiado la vida a él y a toda su familia en un corto plazo.

## **8.2 Comunicación persuasiva**

Con el fin de identificar y explorar como piensan los modelos del *studio MindConnection* con relación a la categoría comunicación persuasiva, se llegó al resultado de realizar un diario de campo, para observar cómo se comporta el público objetivo dentro del medio, obtener más información, del qué, el porqué y el cómo de su proceder en el medio.

El diario de campo ayudó a comprender un poco más el entorno físico y social de este determinado grupo; por ello se utilizó una plantilla (ver tabla 4: Diarios de campo [cuatro en total]) para describir quién, qué, por qué, dónde, cuándo y cómo suceden los eventos, las situaciones, y los procesos que permitan responder a la pregunta de investigación planteada. En este diario detallado se hizo un registro de interpretaciones que permitieron a la investigación examinar los conceptos con valores subjetivos; de este modo ayudar a comprender, y a resaltar porque las situaciones observadas fueron relevantes para los argumentos de la tesis. Además de contar con una tercera persona, Yeider Montoya, CEO del *studio MindConnection*; que fue fundamental para realizar una exploración paralela de acuerdo con el objetivo de la investigación.

Ahora, para la realización del instrumento participaron cuatro modelos: Lucia y Camilo quienes fueron nuestros entrevistado anteriormente; y Vanessa y Blacke. Todos ellos estuvieron involucrados con el ejercicio de emplear la persuasión como estrategia de comunicación. También participó el grupo de monitores del *studio* permitiendo obtener una observación desde su staff.

### **8.3 Posicionamiento**

Además de responder al objetivo, establecer cómo los participantes de esta industria adquieren habilidades comunicativas para apostarlas como sus estrategias persuasivas de posicionamiento, se decidió realizar de nuevo una entrevista cualitativa estructurada por temas (ver tabla 5: Entrevista semiestructurada) para enriquecer los distintos enfoques teóricos de la investigación.

De acuerdo con este concepto, el instrumento de recolección de la información nos permitió alcanzar las interpretaciones de los dos participantes. Blake, una modelo de veinticuatro años –relativamente nueva en la industria– es profesional en Comunicación Social, cuenta con experiencia como *community manager* y lo relacionado con el posicionamiento de marca. Ella nos ofreció una percepción muy acertada al propósito del estudio, además de compartirnos el por qué de sus canales favoritos para el posicionamiento de su marca. Cristian, un joven de 26 años, aficionado a las redes sociales, las cámaras, y a quien se le da muy bien compartir los intereses de su vida con los demás, nos contó cómo sacó provecho de sus hobbies para generar mayor audiencia en su trabajo como modelo webcam.

## 9. Informe de resultados

### 9.1 Práctica de oficio

Figura 1

Resultados generales de la entrevista semiestructurada

Categoría	Entrevistado 1	Entrevistado 2
Práctica de oficio	Principalmente el ingreso a la industria no fue una necesidad, más bien casualidad, mientras escuchaba por accidente la asesoría que le daban a su amiga, se interesó y vio una oportunidad.	Joven y rodeado de un grupo de amigos donde todos trabajaban como modelos webcam, esté estudiante de actividad física y deporte con ganas de independizarse de sus padres decide incursionar en la industria.
	Su interés por experimentar de lo que se hablaba de la industria, le permitió tener una mente más abierta y ser muy receptiva al momento de aprender, cual le ayudo a posicionarse dentro de las mejores desde su primer momento.	Ser universitario de una carrera bastante relacionada con la salud física y dedicarse al modelaje en sus tiempos libres le permitió a este joven ingresar con una gran ventaja al medio, donde la apariencia física es muy importante.
	Dentro de su éxito y trayectoria logro identificar sus virtudes y características que la diferenciaban de las demás, de esta manera, se	Se dio cuenta que su afición por el mundo fitness y el gran conocimiento de este le ayudo a relacionarse de una manera natural y a permitir que los

	interesó en pulir su distintivo y usarlo a su favor.	usuarios se identificaran o quisieran compartir ese mismo estilo de vida.
--	--	---

Fuente: elaboración propia

## 9.2 Comunicación persuasiva

### Figura 2

Resultados generales del diario de campo

Categoría	Lucia	Vanessa
Comunicación persuasiva	Entiende perfectamente la definición de comunicación y como el uso asertivo de está tiene una gran importancia a la acción de transmitir un mensaje.	Nos cuenta de la gran oferta que ofrecen las plataformas para que los modelos utilicen a la mejor manera y de acuerdo con sus necesidades y cómo estás pueden beneficiar al tráfico de usuarios.
	Reconoce que el saber jugar con las expresiones faciales y corporales te da gran una ventaja de interacción y te facilitan la comunicación, sin el conocimiento del idioma inglés.	Es consciente de que, si una persona es creativa, instintiva, social, etc por naturaleza le puede beneficiar mucho, sin embargo, nos asegura que no necesitas estos adjetivos para alcanzar el éxito, y como con ganas de aprender y apoyándote de las herramientas que ofrecen los sitios y el conocimiento del studio puedes convertirte en una experta

		en el uso de la persuasión dentro del oficio.
	A lo largo de su trayectoria como modelo webcam le ha beneficiado sus raíces latinas, unifica sus orígenes con la intención persuasiva y así cautivar el interés de sus usuarios.	Rescata la expresión corporal como la herramienta más importante dentro de la estrategia de la comunicación persuasiva, debido a que el actuar con el cuerpo, expresiones faciales y gesticular sonidos requieren de un alto trabajo para transmitirlo de una manera natural.

Fuente: elaboración propia

Algunos aspectos importantes del diario de campo que desean resaltarse para la categoría de comunicación persuasiva son: [1] “Es de vital importancia que exista una comunicación asertiva, esto permite que el mensaje que quiero transmitir el receptor lo reciba de tal manera como lo quiero expresar” (Quejada, comunicación personal, 21 de mayo de 2022). [2] "Las fotografías y la escenografía de tu sala de chat lo es todo, es tu primer enganche con los usuarios" (Tamayo, Comunicación personal, 21 de mayo de 2022).

### 9.3 Posicionamiento

Figura 3. Resultados generales de la entrevista semiestructurada

Categoría	Hallazgos
-----------	-----------

Posicionamiento	Con el siguiente instrumento aplicado a dos de los mejores modelos de <i>Mind Connection</i> , podemos analizar que estos jóvenes incursionaron en la industria con conocimiento sobre comunicación, marketing digital, y manejo de cámaras; Una gran ventaja para el desarrollo del oficio, cuyas les permitió emplear métodos estratégicos para generar mayor audiencia en los shows en vivo y de este modo, generar mayor rentabilidad y obtener un alto posicionamiento dentro de la competencia.
-----------------	---

Fuente: elaboración propia

## 10. Tablas descriptivas de metodologías

### 10.1 Tabla 1

Hoja resumen con la información general del proyecto de investigación

<b>Nombre del trabajo de investigación:</b> La influencia de la comunicación persuasiva como estrategia de posicionamiento en la industria del modelaje webcam		
<b>Ubicación:</b> Medellín Antioquía	<b>Tiempo de ejecución</b> Cuatro meses	
<b>Integrantes:</b> Yulieth Vanessa Montoya Marriaga ID 517822		
Enfoque epistemológico:	Tipo de estudio:	Tipo de diseño:

Empírico-analítico	x	Descriptivo	x	Etnográfico	
Histórico hermenéutico	x	Comprensivo		Narrativo	
Crítico social	x	Producción		Investigación acción	x
		Revisión documental		Fenomenológico	x
		Intervención		Producción	
<b>Autores representativos:</b>				Juan Bustos. Paul Watzlawick. Robert B. Cialdini. Robert Greene. Jesús S. Miquel Roiz	
<b>Sublínea de investigación</b>					
Comunicación, desarrollo, cambio social y participación					
Periodismo ciudadano					
Comunicación, identidad, imagen y representación					x
Comunicación estratégica para la sostenibilidad					
<b>Pregunta de investigación:</b>					

<p>¿Cuál es la influencia de la comunicación persuasiva como estrategia de posicionamiento en el fortalecimiento de la industria del modelaje webcam en la ciudad Medellín?</p>		
<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Analizar cómo la comunicación persuasiva influye en la industria webcam y fortalece el posicionamiento de marca de los modelos que la ejercen en Medellín (Colombia).</p>		
<b>Objetivos específicos</b>	<b>Categorías</b>	<b>Instrumentos de recolección de información/análisis</b>
<p>1. Identificar las prácticas que caracterizan el oficio del modelaje webcam para señalar cómo el buen uso de estas permite crear una comunicación asertiva.</p>	<p>Práctica de oficio</p>	<p>Entrevista semiestructurada (2 <i>clientes internos</i>)</p>
<p>2. Reconocer cuáles estrategias comunicativas se correlacionan con la capacidad del argumento persuasivo que los modelos webcam emplean con los usuarios que interactúan.</p>	<p>Comunicación persuasiva</p>	<p>Diario de campo (4 <i>sesiones</i>)</p>

<p>3. Establecer cómo los partícipes de esta industria adquieren habilidades comunicativas para apostarlas como sus estrategias persuasivas de posicionamiento</p>	<p>Posicionamiento Comunicación persuasiva</p>	<p>Entrevista <i>(2 clientes internos)</i></p>
--	--	--

## 10.2 Tabla 2

Hoja de objetivos específicos con sus respectivas categorías

Objetivo específico	Definición de categoría
<p>1. Identificar las prácticas que caracterizan el oficio del modelaje webcam para señalar cómo el buen uso de estas permite crear una comunicación asertiva.</p>	<p><b>Práctica del oficio</b></p> <p>Oficio es el trabajo habitual que realiza un individuo, especialmente referido a la destreza manual o esfuerzo físico como medio para ganarse la vida. Esto aplica al oficio de modelaje <i>webcam</i>, puesto que no es una diversión o pasatiempo, sino una actividad que requiere tiempo, esfuerzo e inversión para ganarse la vida. “La industria del modelaje webcam son sitios web de entretenimiento para adultos, es la interacción entre usuarios y modelos mediante una plataforma virtual” (Bustos, 2019, p.4)</p> <p>“Los intérpretes colombianos suelen ser cortoplacistas y conformistas, por esto necesitan herramientas de</p>

	<p>entrenamientos que los obligue a sacar lo mejor de sí mismos” afirma Juan Bustos.</p>
<p>2. Reconocer cuáles estrategias comunicativas se correlacionan con la capacidad del argumento persuasivo que los modelos webcam emplean con los usuarios que interactúan.</p>	<p><b>Comunicación persuasiva</b></p> <p>“Hay siempre un mensaje, una transmisión de información, que se caracteriza en la comunicación persuasiva respecto de otras clases de comunicación porque está cargado de significado, y que contiene también elementos sociológicos, ya que implica controlar, coaccionar y presionar” (Roiz, sf, p.2).</p> <p>La esencia de la seducción es un arte sofisticado, la forma suprema del poder y la persuasión; aprender a influir en primera instancia en la mente, estimulando fantasías, logrando que una persona siempre quiera más, creando pautas de esperanza y desasosiego (Greene, 2010, p.2)</p>
<p>3. Establecer cómo los partícipes de esta industria adquieren habilidades comunicativas para apostarlas como sus estrategias persuasivas de posicionamiento</p>	<p><b>Posicionamiento</b></p> <p>El marketing no solo se dedica a mejorar la venta, sino que envuelve todo lo relacionado con mejorar el proceso de venta de un producto o servicio, desde el estudio de la necesidad que va a cubrir. (Arias, 2020, P.3)</p> <p>El plan de posicionamiento debe especificar de forma clara y sin lugar a duda los objetivos que se persiguen. De esta manera se podrán establecer las estrategias adecuadas y necesarias para alcanzar estos objetivos. (S, 2021, p.2)</p>

### 10.3 Tabla 3

#### Guía de entrevista semiestructurada

<b>Sesión:</b> Única		<b>Fecha:</b> 20 de abril del 2022
<b>Objetivo de la investigación asociado:</b>		
Identificar las prácticas que caracterizan el oficio del modelaje webcam para señalar cómo el buen uso de estas permite crear una comunicación asertiva.		
<b>Persona entrevistada:</b>		
<b>Perfil:</b> Modelos top universitarios del studio MIND CONNECTION		
<b>No.</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Categoría</b>
1.	Desde su punto de vista, ¿Qué es para usted el modelaje webcam?	Práctica de oficio
2.	¿Cuál es su motivo para la realización de este oficio?	Práctica de oficio
3	¿Considera usted, que la percepción que los usuarios generen del modelo es importante para la imagen y posicionamiento de este?	Práctica de oficio
4.	¿De lo que conforma su transmisión diaria, cual creería que son las características que más llama la atención de sus usuarios?	Práctica de oficio
5.	¿Qué creería usted que podría aportar este tipo de oficio a la formación del ser de los participantes?	Práctica de oficio

6.	¿Qué relevancia tiene la ubicación geográfica del modelo para alcanzar el éxito?	Práctica de oficio
7.	¿Cuál cree que son las características que define a un buen modelo de la industria?	Práctica de oficio
8.	¿Qué opinión tienen los usuarios de los colombianos participantes de este oficio?	Práctica de oficio
9.	¿Cuál cree usted que sean los intereses de las personas que visitan este tipo de sitios?	Práctica de oficio
10.	En la práctica del oficio, ¿Cuál considera usted quien tiene la autoridad en la sala de chat?	Práctica de oficio
11.	¿Considera usted que, para ejercer este oficio, previamente se deben cumplir requisitos de actitudes y aptitudes, o estos se pueden desarrollar en la práctica?	Práctica de oficio
12.	¿Cree que este tipo de oficio vulnera la percepción de la mujer?	Práctica de oficio
13.	¿Cómo calificaría la comunicación estratégica entre usted y los usuarios?	Práctica de oficio
15.	¿Considera usted que la práctica de este oficio puede cambiar la percepción de los extranjeros sobre el país de Colombia?	Práctica de oficio
16.	Luego de incursionar en la industria como modelo webcam, ¿Elegiría otro tipo de trabajo? y ¿Por qué?	Práctica de oficio

17.	¿Qué aprendizaje podría obtener de esta experiencia?	Práctica de oficio
18.	¿Cómo describiría su experiencia como modelo webcam?	Práctica de oficio
19.	¿Tiene algo más para agregar?	

#### **10.4 Tabla 4**

Diarios de campo

##### **10.4.1 Diario de campo N°1**

<b>Sesión:</b> Primera	<b>Hora:</b> 3:00pm
<b>Lugar de observación:</b> <i>Studio MindConnection</i> <b>Categoría:</b> Comunicación persuasiva	
<b>Situación observada</b>	<b>Análisis</b>
<p>Se observa que los modelos del <i>studio MindConnection</i> son conscientes de la exigencia que requiere el trabajo de modelaje <i>webcam</i> y cómo esta disciplina se diferencia de las otras. Cuatro de cada diez modelos se apropian del oficio, y reconocen las obligaciones que tiene este trabajo en comparación de otra labor común, uno de los principales requerimientos en esta práctica es la constancia y disciplina de las conexiones que tiene la jornada laboral; es decir, la jornada requiere seis horas de conexión diarias seis días a la semana. la rentabilidad del oficio no es fija, quiere decir que la productiva diaria es relativa de acuerdo al tráfico de personas cada día. Por ende, se debe aprovechar cada día para obtener ganancias; además si la conexión es imprevisible, no se sabe cuánto dinero se</p>	<p>De acuerdo con esta situación se alcanza a observar que el <i>studio MindConnection</i> se ha tomado el tiempo de invertirle a sus modelos capacitándoles sobre disciplina, paciencia, constancia, perseverancia y otras virtudes a sus modelos. El <i>studio</i> cuenta con unas instalaciones pequeñas en comparación a su competencia en la página; sin embargo, a los modelos se le ha permitido enfocarse mucho más en la educación y en ofrecerles servicios de alta calidad a todos, permitiendo que todos sobresalgan en su labor, en comparación a otros <i>studios</i> que tienen más de treinta personas y entre esos alcanzan a sobresalir cinco.</p>

<p>perdió a diferencia de un trabajo común. Se ha observado que todos los modelos de <i>MindConnection</i> entienden que este trabajo es muy diferente al resto, no solo en la obviedad de que está relacionado con la industria sexual, sino que también las obligaciones que conllevan; sin embargo, la mayoría en la industria tiene una ideología errónea de que saben que es diferente pero puede ser mucho más fácil que un trabajo común, sin embargo, es la inversión y deterioro al mismo tiempo del cuerpo físico y mental que este oficio exige que los hace desertar al poco tiempo, debido a esto, muchos no llegan al éxito en la industria porque fallan con el primer requerimiento que se necesita para ser exitoso; la constancia y la disciplina.</p>	
--	--

#### ***10.4.2 Diario de campo N°2***

<p><b>Sesión:</b> Segunda</p>	<p><b>Hora:</b> 7:00pm</p> <p><b>Fecha:</b> 29 de abril</p>
<p><b>Lugar de observación:</b></p>	

<i>Studio MindConnection</i>	
<b>Categoría:</b> Comunicación persuasiva	
<b>Situación observada</b>	<b>Análisis</b>
<p>A lo largo de los años son más y más las personas que deciden comenzar su carrera como modelos webcam, debido a esto, hay una alta demanda de modelos dentro de todas las páginas (tanto públicas y privadas). En consecuencia, <i>studios</i> y modelos independientes iniciaron a profesionalizar más el perfil de sus personajes e implementar estrategias para crear un diferencial dentro de la competencia.</p> <p>Así, en el <i>studio MindConnection</i> se logró observar entre los cinco modelos más top algo en común, y es que cada uno de ellos lleva en su personaje una característica que lo separa de todo los modelos del <i>studio</i>, una de ellas es Vanessa: una modelo que es bilingüe, habla fluidamente el inglés, y su factor diferencial es que ofrece mucha conversación a sus usuarios y los hace sentir cómodos porque ella los puede entender, además de eso les ofrece un</p>	<p>Detalladamente se logró analizar que entre estos tres modelos existía una característica en común y es que todos son estudiantes universitarios y hemos logrado rescatar el cómo pertenecer a una academia educativa les ha influido alta y positivamente en el desarrollo de su personaje. Además de eso muy importante resaltar que estas tres personas cuentan con un nivel socio-económico medio que en su ventaja les ha ayudado a impulsarlos y motivarlos y tomarse el trabajo con disciplina, y; también quizás dejan del lado la necesidad extrema motivo por el cual mucho ingresan a la industria y no toman tiempo del proceso.</p>

acceso a su vida privada contándoles lo que hace en su día a día y haciéndoles sentir que hablan con una persona del común.

En el caso de Lucía se detectó que al ser una modelo con una fisiología muy tierna y bastante joven para la edad logra tomar ventaja de su físico y ofrecerle una versión dulce e ingenua a su público.

En el caso de Tony se observó que al ser un modelo a quien le encanta cuidar su cuerpo y buscar la mejor versión de sí mismo mediante el gimnasio y la alimentación comparte todas estas aficiones con los usuarios a quienes les gusta valorar su cuerpo fitness y comparten su estilo de vida.

Así como Vanessa, Lucía y Tony hay más modelos dentro del *studio MindConnection* que están en proceso de aprendizaje en reconocer sus virtudes físicas, emocionales y mentales y tomar ventaja de ello para obtener una mejor rentabilidad.

### 10.4.3 Diario de campo N°3

<b>Sesión:</b> Tercera	<b>Hora:</b> 3:00pm  <b>Fecha:</b> 30 de abril
<b>Lugar de observación</b>  <i>studio MindConnection</i>  <b>Categoría:</b> Comunicación persuasiva	
<b>Situación observada</b>	<b>Análisis</b>
<p>La persuasión es la habilidad de poder cambiar la intención y decisión de alguien a favor del interlocutor, generalmente esta estrategia se utiliza mediante argumentos o elementos estratégicos persuasivos. En los últimos años, investigadores se percataron que en la industria del modelaje webcam muchos modelos TOP y novatos empleaban inconscientemente algunas herramientas persuasivas; es por eso, que en Colombia se comenzó a incursionar en estas tácticas, por lo que <i>MindConnection</i> al estar creado por modelos con alto rendimiento, no se quedó atrás.</p> <p>A lo largo de su trayectoria en la industria y su gran desempeño en la misma, el <i>studio</i> se apropió conscientemente de las estrategias</p>	<p>La observación más importante para resaltar de esta situación es que el grupo de administradores del studio Mind Connection está compuesto de personas que fueron modelos con alto desempeño y rentabilidad en la industria, páginas privadas y de alto reconocimiento como Flirt4free, todas estas experiencias vividas les permitieron a ellos desde el trabajo de campo reforzar y trabajar todos esos errores que quizás cometieron y ser la voz de la experiencia para sus trabajadores.</p>

<p>persuasivas y creó un plan de movimiento para todo su grupo de trabajo. Este plan metodológico de trabajo persuasivo se compone de crear el personaje de acuerdo a su virtudes y aptitudes, trabajar sus falencias y fortalecer sus virtudes, creación de contenido audiovisual de acuerdo a su contexto de trabajo, escenografía de cada una de las instalaciones del modelo, ambientaciones, etc. Todo esto permite que el contenido del modelo esté en coherencia con lo que su personaje representa y permita una estrategia persuasiva más efectiva.</p>	
--	--

#### ***10.4.4 Diario de campo N°4***

<p><b>Sesión:</b> Cuarta</p>	<p><b>Hora:</b> 6:00pm</p> <p><b>Fecha:</b> 30 de abril</p>
<p><b>Lugar de observación:</b></p> <p><i>Studio MindConnection</i></p> <p><b>Categoría:</b> Comunicación persuasiva</p>	
<p><b>Situación observada</b></p>	<p><b>Análisis</b></p>

<p>La industria <i>webcam</i> es un trabajo que se realiza a larga distancia por medio de unos sitios web. En esta existe una interacción entre los modelos que son quienes ofrecen el contenido, y los usuarios quienes consumen el servicio. Para diferenciar este tipo de oficio entre lo «real» y lo simulado, los modelos de <i>Mind Connection</i> han trabajado detalladamente la comunicación persuasiva, una dentro de estas vertientes es la expresión corporal.</p> <p>Observando esta situación, se analiza que los modelos tienen un alto conocimiento de cómo usar sus movimientos corporales de acuerdo a la intención persuasiva que quieren obtener de sus usuarios; además de eso también se entiende de que los modelos en ocasiones preparan sus shows previamente, ven videos en sitios pornográficos como <i>PornHube</i> para actuar de tal manera que parezca real.</p>	<p>El análisis más importante para resaltar es el alto compromiso que tienen los modelos de <i>MindConnection</i> con ellos mismo a querer sobresalir y ser los mejores en la industria. También se logra ver cómo son educados sobre persuasión y comunicación para impulsar sus carreras como modelos <i>webcam</i>, sino también cómo se les ha formado sobre crecimiento personal y financiero.</p>
---	---

### 10.5 Tabla 5

#### Entrevista semiestructurada

Listado de preguntas por temas			
Temas		Preguntas	
1	La comunicación como herramienta principal de la interacción entre modelo y usuario.	1.	¿Qué entiende usted por comunicación?
		1	
		1.	¿Cómo cree usted que el uso de la comunicación asertiva implique en la práctica?
		2	
		1.	¿Qué opinan usted acerca de la importancia del conocimiento del idioma inglés en el oficio?
3			
1.	¿cree usted que las plataformas de transmisión cuentan con los recursos suficientes para una buena comunicación entre modelo y usuario?		
4			
1.	¿Consideran ustedes que hay que tener ciertas aptitudes extras comunicativas para desarrollar una buena trayectoria en el medio?		
5			
2	La persuasión en la comunicación para obtener los	2.	¿Qué analiza usted sobre la persuasión?
		1	
		2.	A lo largo de toda su carrera como modelo ¿Cuál creería usted que son los principales elementos comunicativos persuasivos que cada artista debería conocer?
2			
2.	¿Cómo describiría el impacto que genera el uso de esta herramienta en las transmisiones en vivo?		
3			

	fines deseados.	2.	Dentro de su experiencia con las estrategias de comunicación
		4	persuasiva, ¿Cuáles les gusta más y por qué?
		2.	Teniendo en cuenta que los participantes son de todo el mundo,
		5	¿Considera usted que el enfoque persuasivo tiene alguna relación con el contexto geográfico?
3	La persuasión comunicati va como estrategia de posicionam iento.	3.	¿Cuáles son sus opiniones acerca del marketing como estrategia?
		1	
		3.	¿Aplican usted el marketing en sus diferentes plataformas para
		2	impulsar sus marcas?
		3.	¿Implementa usted las redes sociales como plataforma de
3	posicionamiento?		
3.	¿Considera usted que hay que educarse sobre marketing para una		
4	mejor rentabilidad en el oficio?		
3.	¿Cómo ha sido sus experiencias con la unificación entre la		
5	comunicación persuasiva y el marketing		

## 11. Conclusiones

La comunicación persuasiva es utilizada para influir en el comportamiento de quién escucha. En la industria *webcam*, este tipo de comunicación toma gran valor pues actúa como apoyo para fortalecer el oficio, y para que los modelos que lo ejercen posicionen su marca. Así pues, las prácticas que caracterizan el oficio de modelos *webcam* son: la seducción por medio de la estimulación de fantasías; el placer que hace que la otra persona aumente el deseo por descubrir nuevas prácticas o gustos y explore deseos que no tenía contemplados en su cotidianidad; y el brindar un trato amable para tener un mayor número de usuarios con quienes interactuar. Es aquí donde la comunicación persuasiva cobra importancia para quien ejerce el oficio del modelaje *webcam*, ya que si el modelo usa esta habilidad del pensamiento correctamente y con destreza, inducirá a que los usuarios lo prefieran e interactúen con él de manera constante y por más tiempo; así la relación creador de contenido – cliente fortalecerá los lazos en los que se hace indispensable la identificación de gustos, pasiones, fetiches, deseos, además de influir en su comportamiento, incitarlo a frecuentar más el sitio web en el que se encuentra.

Partiendo pues de estas premisas sobre el buen uso de la persuasión, esta investigación se planteó un argumento fundamental sobre el cómo influye la comunicación persuasiva en la industria del modelaje *webcam*, con el fin de encontrar elementos que ayudaran a analizar y comprender la influencia de esta habilidad del pensamiento como estrategia de marketing y posicionamiento en la ciudad de Medellín. Por lo tanto, en el proceso de la realización de este proyecto de investigación, se alcanzó a recoger información valiosa que posibilitó dar respuesta a dichos objetivos de una manera positiva y efectiva.

En primer lugar, se teorizaron los conceptos que han venido trabajando los modelos *webcam* de manera consciente o en otros casos de modo intuitivo, para direccionar más el enfoque

de los instrumentos de recolección de la información apoyados principalmente en bases teóricas, y autores que se han destacado en este campo que apenas empieza a explorarse desde fundamentaciones serias. Así, el tema de la persuasión que se aborda en esta monografía, se sustentó especialmente en cómo comprender desde lo científico la veracidad de la hipótesis en primera instancia.

En segundo lugar, se evidenció la relación metodológica entre el público objetivo y dichos autores. Los modelos de *MindConnection*, que fueron sujetos de estudio, expusieron sus propios métodos para la realización de la comunicación persuasiva, y permitieron la comprensión de este tema desde un contexto geográfico mediático, pues al tratarse de la web, no importa desde que sitio se esté conectado, sino los potenciales clientes con los que se interactúa, que en la mayoría de los casos son internacionales. Los procedimientos que se aplicaron con ellos (entrevistas, observación indirecta y diario de campo), permitieron entender algunos procesos que los modelos del *studio* emplean como tácticas persuasivas; y a su vez implicó que se reconociese la intención y el diseño de dichas estrategias que apuntaban al posicionamiento de marca.

Adicionalmente, puede decirse que la estrategia persuasiva que utilice cada creador de contenido explícito para adultos es independiente, y la construye el participante, pues en la medida en que la investigación avanzaba quedaba evidenciada la influencia positiva que tiene la personalidad y las destrezas de cada individuo para ejercer su intención persuasiva, como ha sido el caso de Blake, la comunicadora y *community manager*, quien gracias a sus conocimientos previos y a la práctica constante de la persuasión en su cotidianidad, se ha logrado posicionar en el top del *studio* en el que trabaja. Cabe destacar que es de suma importancia para los modelos tener una alta clasificación dentro del *studio*, pues esto les permitirá ser más visibles ante los

usuarios, lograr que el número de clientes que se conecte sea mayor, lo que resulta en tener más horas de interacción con ellos y generar más ganancias.

Puede que muchas personas se hayan desarrollado en el medio, pero incursionar con destrezas comunicativas o persuasivas toma una ventaja sobre la competencia, es por eso, que los modelos que se especializan y estudian sobre su oficio, han sobresalido en un trabajo que en la actualidad tiene una alta demanda. En el *studio MindConnection* se logró observar entre los cinco modelos que pertenecen al más alto nivel de estimación de su sitio de trabajo, que cada uno de ellos caracteriza diversos personajes que si bien son ficticios, son verosímiles al hacerlos muy humanos, muy cercanos, muy cotidianos, si bien el modelaje *webcam* es un trabajo que se realiza a larga distancia y por medio de unos sitios web. En algunas de las interacciones con el público, se detectó que a las personas del común estas facetas les encanta pues les facilita el acercamiento a las personas que admira tanto y con las que alguna vez pensó no poder interactuar, platicar y entrevistar

Por último, se observó que los modelos del *studio MindConnection* son conscientes de la exigencia que requiere este tipo de trabajo, puesto que mantenerse en el primer lugar o pertenecer a esos niveles principales no es tan sencillo, menos con la alta demanda del oficio. Cuatro de cada diez modelos se apropian del quehacer cotidiano y reconocen las obligaciones que tiene este trabajo pues su productividad depende del tráfico de usuarios que tenga en el mes. Los otros seis desertan al poco tiempo porque tenían una ideología errónea de la industria, no son constantes ni disciplinados, y sienten un agotamiento físico y mental que no son capaces de aguantar.

## 12. Bibliografía

Anónimo. (2014) *Por qué a los millennials no nos gustan los trabajos convencionales.*

*TheAmaranta*. Recuperado desde: <https://theamaranta.com/work/a-los-millennials-no-nos-gustan-los-trabajos-convencionales/>

Bustos, Juan. (2017, 16 de enero). *Jenni: Historia de la primera modelo webcam del mundo.*

JuanBustos.com. <https://juanbustos.com/jenni-historia-de-la-primera-modelo-webcam-del-mundo/>

Bustos, Juan. (2019, 29 de agosto). *La “Universidad webcam” tiene mil egresadas, y*

*Mineducación no ha dicho nada.* U. El observatorio de la Universidad Colombiana.

<https://www.universidad.edu.co/la-universidad-webcam-tiene-mil-egresadas-y-mineducacion-no-ha-dicho-nada/>

Cialdini, Robert B. (s.f) *Influencia la psicología de la persuasión.* 1 libro en 1 página.

[https://tht.company/ebook/THT\\_-\\_Lb\\_Resumen\\_-\\_Influencia-Robert%20B.%20Cialdini.pdf](https://tht.company/ebook/THT_-_Lb_Resumen_-_Influencia-Robert%20B.%20Cialdini.pdf)

Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 44. 7 de julio de 1991 (Colombia).

Derecho del Bienestar Familiar. Ley 1943 de 2018. Diario Oficial No. 50.820 de 28 de diciembre de 2018 (Colombia).

Dias, Elizabeth (April 11, 2018). “[Trump Signs Bill Amid Momentum to Crack Down on Trafficking](#)”. New York Times. [Original](#) de April 12, 2018.

Domínguez, Vanessa. (2022, 26 de enero). *¿En qué consiste ser asertivo? La importancia de la comunicación asertiva.* Psicoactiva. <https://www.p psicoactiva.com/blog/en-que-consiste-ser-asertivo/>

Forero Montoya, Liliana. (2018, 18 de abril). *Entrevista: Marian Hatcher explica la nueva ley contra la trata de personas, SESTA-FOSTA en Estados Unidos*. Traductoras por la abolición de la prostitución.

<https://traductorasparaaboliciondelaprostitucion.weebly.com/blog/entrevista-marian-hatcher-explica-la-nueva-ley-contra-la-trata-de-personas-sesta-fosta-en-estados-unidos>

Gutiérrez–Rubí, Antoni. (2014, 22 de diciembre). *6 rasgos clave de los millennials, los nuevos consumidores*. Forbes, México. <https://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>

Jackman, Tom. (February 27, 2018). [“House passes anti-online sex trafficking bill, allows targeting of websites like Backpage.com”](#). Original de April 7, 2018.

Magid, Larry (2018, 6 de abril). ["DOJ Seizes Backpage.com Weeks After Congress Passes Sex Trafficking Law"](#). Forbes.

Matesanz, Vanesa. (2022, 9 de agosto). *NFT: qué son, cómo funcionan y cómo invertir*. FINECT <https://www.finect.com/usuario/vanesamatesanz/articulos/nft-como-funcionan-como-invertir>

Rodríguez Pérez, Carlos. (2014, 4 de enero). *Persuadir con la imagen*. ACOP. <https://compolitica.com/persuadir-con-la-imagen/#:~:text=Un%20gesto%2C%20inmortalizado%20en%20imagen,publicista%20y%20dibujante%20Fred%20Barnard.>

Roiz, Miquel. (sf). *Técnicas modernas de persuasión*. Cursos para compartir lo que sabes. <http://imagenes.mailxmail.com/cursos/pdf/2/tecnicas-modernas-persuasion-2442.pdf>

S., Jesús. (2020, 7 de octubre). *¿Cuál es la generación millennial y qué les hace especiales?* E3. <https://economia3.com/generacion-milenial-quienes-son/>

Sánchez, Edith. (2022, 31 de mayo). *Los secretos del contacto visual*. Lamentesmaravillosa.

<https://lamenteesmaravillosa.com/los-secretos-del-contacto-visual/>