



LA TRAMPA DE LA AUTOEXPOSICIÓN



Save the Children

*Nuevas dinámicas de explotación sexual en el entorno digital
Anexo — Redes que atrapan*

El estudio se basa en el análisis de datos obtenidos a través de la encuesta realizada por el equipo del Grupo de Investigación en Victimización Infantil y Adolescente (GReVIA) de la Universitat de Barcelona, integrado por Laura Pascual, Alba Águila y Noemí Pereda, y en la investigación previa realizada por el equipo de MEDUSA Derechos Humanos, compuesto por Paloma Torres, Isabel Díez y Maribel Rodríguez.



Save the Children

Directora de Influencia y Desarrollo Territorial: **Catalina Perazzo**. Responsable de Políticas de Infancia: **Carmela del Moral**. Autoría y coordinación: **Clara Burriel**. Comunicación: **Naroa Salgado**. Arte y maquetación: **Anna Fàbrega**.



Edita:

Save the Children España
Noviembre 2025

Contenidos

5	Introducción
6	1. La autoexposición como vía de entrada a nuevas formas de explotación sexual digital
9	2. Espacios digitales, plataformas y dinámicas que facilitan la explotación sexual
12	3. Conocimiento, acceso y participación de niños, niñas y adolescentes en espacios y dinámicas de autoexposición
12	3.1. Conocimiento de los espacios y plataformas
20	3.2. Acceso a estas plataformas
22	4. Impacto en la percepción de los niños, niñas y adolescentes de las formas de autoexposición

23	4.1. Percepción sobre quienes monetizan contenido sexual online
25	4.2. Percepciones sobre la autoexposición digital
29	4.3. Ilusión de control y agencia en dinámicas de explotación
31	5. Riesgos de la vinculación de la infancia a las plataformas y espacios que fomentan la autoexposición digital
35	6. Recomendaciones
37	7. Conclusiones

Introducción

El constante avance tecnológico y las posibilidades de conexión han transformado y facilitado la comisión de violencias sexuales que afectan a la infancia y la adolescencia en el entorno digital, entre ellas, la explotación sexual. Con el objetivo de profundizar en el conocimiento y análisis de esta violencia, especialmente compleja y difícil de delimitar, desde Save the Children elaboramos el informe *Redes que atrapan*, publicado en julio de 2025. Como base para esta investigación, consultamos con profesionales y personas expertas en la materia, y se realizó una encuesta a 1.008 jóvenes de entre 18 y 21 años, preguntándoles por sus percepciones y conductas online durante la adolescencia, con especial foco en los conocimientos, creencias y experiencias relacionadas con la explotación sexual en línea. Además, se organizaron talleres presenciales con adolescentes de entre 15 y 18 años, para profundizar en las preocupaciones y riesgos que identifican en su uso de Internet.

A partir de esta investigación, se identificó un fenómeno vinculado a la explotación sexual que, sin embargo, no siempre se asocia a la misma: el de la autoexposición o sobreexposición digital de la infancia y la adolescencia, referido a aquellas conductas en las que se percibe que son los propios menores de edad quienes inician o realizan actividades sexuales ligadas a un intercambio o beneficio percibido. Esto abarca su presencia en espacios digitales que promueven este intercambio, incluyendo páginas web en las que se ofrece contenido erótico o sexual a través de suscripciones, como la archifamosa OnlyFans, y plataformas de *sugar dating* para la búsqueda de relaciones contractuales basadas en la mercantilización del cuerpo, especialmente de las mujeres y chicas jóvenes. Aunque OnlyFans no es la única plataforma que fomenta la autoexposición vinculada a incentivos económicos, ésta se analiza de forma específica en este informe por su especial relevancia: se trata de la plataforma más popular de este tipo y la más reconocida entre los propios adolescentes. La creciente notoriedad que la plataforma ha ido adquiriendo, junto con la disponibilidad de casos documentados y estudios sobre la participación de menores de edad en este entorno, motivan su análisis detallado en este estudio.

La participación de chicas, especialmente de las más jóvenes, en estas plataformas ha sido en cierta medida asumida y normalizada, al igual que su consumo por parte de chicos y hombres. Pero, ¿qué ocurre en el caso de los y las adolescentes? ¿Normalizan también las conductas vinculadas a estas plataformas? ¿Son conscientes de los riesgos que implican? ¿Por qué empieza esta normalización y dónde está el límite? En el presente estudio analizamos si los chicos y chicas conocen estas plataformas, si participan en ellas y de qué modo, cuál es su opinión sobre las mismas y sobre quienes las utilizan y cuáles son los principales riesgos asociados tanto a su participación como a la posible normalización de estas conductas. Además,

examinaremos el papel de las redes sociales y de las plataformas que promueven la autoexposición entre los y las adolescentes.

Como señalábamos en *Redes que atrapan*, es necesario comprender que estas conductas y sus posibles riesgos no se originan en el vacío: el ecosistema digital actual proporciona el caldo de cultivo que facilita y condiciona estas dinámicas, que son sostenidas y legitimadas por factores sociales, culturales y económicos, también objeto de este estudio. A partir del diagnóstico realizado en este anexo, buscamos formular recomendaciones orientadas a fortalecer las políticas públicas de prevención y protección de la infancia y la adolescencia frente a estas formas de violencia en el ámbito digital.

1. La autoexposición como vía de entrada a nuevas formas de explotación sexual digital

Un fenómeno incipiente dentro de las formas de explotación sexual que la tecnología ha transformado, y profundamente preocupante, es la implicación de niñas, niños y adolescentes en actividades sexuales en el entorno digital a cambio de dinero, regalos u otros tipos de compensación o beneficios, reales o percibidos. Estas prácticas, a las que nos referiremos como de sobreexposición o autoexposición digital, pueden percibirse como iniciadas por los propios niños, niñas y adolescentes, lo que lleva a presentarlas bajo discursos relacionados con la voluntariedad, el consentimiento e incluso el empoderamiento. Esto, a su vez, contribuye a normalizar y minimizar la gravedad de estas conductas. Esto ocurre porque estos discursos no tienen en cuenta las lógicas explotadoras que subyacen a estas prácticas, incluso en los casos de aparente voluntariedad, y no reconocen cómo en realidad se desarrollan en contextos marcados por la presión social, la persistencia de estereotipos y conductas machistas que generan desigualdad y violencias, la búsqueda de validación o la necesidad económica.

En el presente anexo estudiaremos la autoexposición sexual de la infancia y la adolescencia como una forma de explotación sexual, en la que tiene lugar un intercambio, beneficio o transacción que instrumentaliza a la víctima. Así, en las dinámicas que componen la autoexposición, el niño o niña víctima deja de ser un fin

en sí mismo para convertirse en un medio a través del cual se obtiene un beneficio, reproduciendo de ese modo los elementos característicos de la explotación.¹

Autoexposición, no autoexplotación

Estas conductas también han sido referidas en algunos contextos como formas de “autoexplotación”. Sin embargo, este término no resulta adecuado y plantea problemas, pues desplaza el foco de la responsabilidad hacia quienes en realidad son las víctimas, sugiriendo que los niños, niñas y adolescentes tienen agencia plena sobre estas prácticas, en lugar de reconocer que éstas que se enmarcan en relaciones de poder profundamente desiguales, vulnerabilidades estructurales y factores contextuales y culturales que las facilitan y condicionan. Por ello, las conductas de “sobreexposición” o “autoexposición” digital constituyen denominaciones más precisas, al referirse a prácticas que, aunque aparentemente iniciadas o asumidas por los propios niños, niñas y adolescentes, los exponen a situaciones de abuso o explotación sexual.

«La autoexplotación no es un término adecuado, quizá tiene más que ver con una conducta de riesgo y de sobreexposición, pero no de autoexplotación porque yo no me exploto a mí misma». —Profesional del ámbito de la psicología y la criminología

En la encuesta a jóvenes que sustenta nuestra investigación sobre la explotación sexual de la infancia y la adolescencia en entornos digitales, se preguntó a los participantes si, siendo menores de edad, se habían visto involucrados en este tipo de actividades. En concreto, si habían recibido algún tipo de compensación, regalo o favor a cambio de mostrar fotografías, vídeos o retransmisiones en directo en los que aparecieran sin ropa, con contenido erótico o sexual. El 2,5 % de los y las participantes respondieron afirmativamente (el 2,1 % de chicos y el 2,6 % de chicas),

¹ En Redes que atrapan definimos la explotación sexual como una forma de violencia sexual digital caracterizada por la existencia de un intercambio, beneficio o retribución, ya sea para un tercero o para el propio niño, niña o adolescente. Este tipo de violencia implica además el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en alguna de sus fases, ya sea como facilitadoras o como contexto en el que tiene lugar.

dato muy similar al proporcionado por el informe sobre violencia contra la adolescencia de la Universidad de Barcelona,² mientras que el 14,4 % respondió haber conocido alguien que lo había hecho.

El hecho de que uno de cada 40 jóvenes haya vivido una experiencia de explotación sexual digital directa, y que uno de cada siete conozca a alguien que la ha sufrido, evidencia que este fenómeno no es aislado ni excepcional. De hecho, a partir de estos datos, podemos estimar que el porcentaje de jóvenes que afirma haber participado en este tipo de intercambios sexuales durante su minoría de edad podría equivaler a cientos de miles de niños y niñas en España. Además, la exposición a estas situaciones, aunque sea de forma indirecta, puede contribuir a la normalización de esta forma de violencia sexual digital. Por ello es necesario abordarlo con la seriedad que merece.

¿Intercambio “consentido”?

En el marco jurídico español, el consentimiento de una persona menor de edad no es válido cuando se trata de conductas que puedan constituir explotación sexual, incluso si la participación parece voluntaria o iniciada por la propia persona menor de edad, y aunque ésta tenga más de 16 años, edad legal de consentimiento.

Así, el artículo 188 del Código Penal sanciona a cualquier persona que “solicite, acepte u obtenga a cambio de una remuneración o promesa, una relación sexual con una persona menor de edad”, imponiendo penas más elevadas cuando se trate de alguien menor de 16 años.

Por tanto, las prácticas en las que adolescentes generan o comparten contenido sexualizado a cambio de dinero o beneficios no pueden considerarse conductas consentidas, sino que deben entenderse dentro del marco de explotación sexual de menores. Esto se debe al desequilibrio estructural de poder y la incapacidad legal de los y las menores de edad para prestar un consentimiento libre e informado en este tipo de situaciones.

² Pereda, N., Guilera, G., Águila-Otero, A., Andreu, L., Codina, M., y Díaz-Faes, D. A. (2024). La victimización sexual en la adolescencia: un estudio nacional desde la perspectiva de la juventud española. Universitat de Barcelona.

2. Espacios digitales, plataformas y dinámicas que facilitan la explotación sexual

Dentro del ecosistema digital actual existen espacios y dinámicas que contribuyen a la normalización de la exposición sexual, vinculándola a oportunidades de beneficio económico, particularmente hacia chicas y mujeres jóvenes. Es el caso de plataformas como OnlyFans y de sitios web de *sugar dating* que cada vez van ganando más popularidad, incluso entre adolescentes, pese a estar formalmente dirigidas a personas adultas. Estas plataformas se presentan como espacios de autonomía financiera, empoderamiento y control sobre la propia imagen, pero operan bajo lógicas comerciales altamente patriarcales, sexualizadas y asimétricas, reproduciendo fórmulas presentes tanto en la pornografía como en la prostitución.

- **OnlyFans** es una plataforma que ofrece acceso a contenido generado por los propios usuarios, permitiendo a los creadores monetizar estos contenidos. Éstos pueden ser variados, pero por lo que destaca y es conocida esta plataforma es por permitir el acceso a contenido sexual mediante suscripciones, propinas, *pay-per-view*, *streaming*, entre otros. De hecho, la mayor parte de los ingresos de OnlyFans provienen, precisamente, de material sexualizado, generado en su inmensa mayoría por mujeres y chicas jóvenes.³

OnlyFans permite e incentiva la interacción directa entre creadores de contenido y suscriptores a través de mensajes personalizados, retransmisiones en directo y contenido personalizado, fomentando una relación más personal que ha sido considerada una de las claves del éxito de la plataforma. Se sustenta en un modelo de negocio sin infraestructura tradicional: las chicas que se exponen en esta red son quienes aportan el contenido, el espacio, la tecnología e incluso el “producto”, ellas mismas, mientras que la plataforma retiene el 20 % de las ganancias, actuando en la práctica como proxeneta. Este modelo ha permitido el crecimiento exponencial de la plataforma, que también ha sido descrita como una “uberización” de la pornografía.⁴

Sin embargo, pese a su asociación frecuente con la pornografía, el modelo que promueven este tipo de plataformas incorpora elementos que son más característicos de la explotación sexual, al convertir la exposición íntima y sexual en una forma de transacción económica alimentada y condicionada por la demanda y el control y lucro de terceros.

3 Para más información sobre los ingresos de esta plataforma, véase: Federación de Mujeres Jóvenes (2024). Onlyfans. Un espacio blanqueado del negocio del sexo.

4 Aránguez, T. (2023). OnlyFans. La uberización de la pornografía. En T. Aránguez & O. Olariu (Coords.), Ensayos ciberfeministas (pp. 99-119). Dykinson.

- **Plataformas de *sugar dating*** promueven una modalidad de autoexposición en el entorno digital que se presenta como una relación contractual entre un hombre adulto, con recursos y generalmente mayor de 50 años (al que se denomina *sugar daddy*), y una chica joven (*sugar baby*), basada en el intercambio de compañía o de relaciones sexuales a cambio de dinero, regalos u otros beneficios, principalmente materiales.

Estas relaciones, basadas en este intercambio, supuestamente voluntario, reproducen en realidad esquemas de poder profundamente desiguales, jerárquicos y anclados en las violencias de género. En ellas, el *sugar daddy* posee la capacidad económica y, por tanto, el control de la relación, de modo que puede retirar los pagos o regalos si la *sugar baby* se niega a realizar alguna petición sexual o de cualquier otro tipo, lo cual constituye una forma de coacción sexual. Esto convierte el *sugar dating* en una dinámica explotadora y en un entorno de riesgo de captación para otras formas de explotación, especialmente cuando las chicas están en situación de vulnerabilidad económica o social, o incluso afectiva.

A pesar de ello, esta práctica es promovida masivamente a través de redes mediante estrategias de marketing encubierto, y es comúnmente presentada como una vía de independencia económica o una forma de glamour y empoderamiento femenino.⁵

«No estoy de acuerdo, es como si tú convences a un niño de 5 años que salga contigo a cambio de caramelos y él dice que sí. ¡Hay mucha diferencia de edad!» —Chica adolescente

Es esencial señalar que el fenómeno de la autoexposición sexual digital ligado a estas plataformas es un fenómeno marcado por dinámicas de género, que resulta evidente cuando analizamos los perfiles y características de sus usuarios: las mujeres, y especialmente las mujeres jóvenes, están sobrerrepresentadas desde el lado de la exposición, mientras que los hombres y los chicos lo están desde el lado de la visualización.

En OnlyFans, el 97 % de los perfiles de creación de contenidos pertenecen a mujeres, principalmente mujeres jóvenes de entre 18 y 24 años, cuya audiencia es principalmente masculina. De hecho, diversos estudios indican a un perfil de suscriptores

⁵ Padilla López, L. (2025). El proxenetismo digital y la captación de menores en redes sociales: Un análisis sobre la hipersexualización y el empoderamiento en plataformas online. *Revista de Victimología*, (19), 213-250.

mayoritariamente de hombres de entre 25 y 44 años.⁶ Se ha destacado además que España es el quinto país con más creadoras de contenido en esta plataforma.

Por otro lado, el *sugar dating* se asienta principalmente bajo un modelo de relación de asimetría de poder, determinada por el género, la edad y la vulnerabilidad económica: el hombre se sitúa en una posición de poder a través de la “recompensa” económica, y además refuerza su rol como “mentor” o figura de autoridad, con capacidad para imponer y demandar comportamientos sexuales a chicas de mucha menor edad. A las chicas, por el contrario, se les asigna un rol de sumisión y complacencia para satisfacer esas demandas. El reclamo común en estas páginas es el de encontrar “una” *sugar baby* o “un” *sugar daddy*. También se ha observado una disparidad en el modo de presentarse en estas plataformas, siendo ellas las que revelan mucha más información y detalles personales.⁷ Las propias denominaciones de estas conductas refuerzan, además, una visión jerárquica de género y la infantilización de las mujeres (el “*daddy*”, figura adulta y proveedora, y la “*baby*”, joven y dependiente).

Por lo tanto, el fenómeno de la autoexposición vinculado a estas plataformas debe analizarse desde un enfoque de género, entendiendo además cómo estas prácticas reproducen y perpetúan los mandatos de género, sexualizando los cuerpos femeninos para satisfacer los deseos masculinos.

La infantilización y erotización de la infancia y la juventud también es evidente en estas prácticas y en las plataformas que las promueven, en las que puede observarse cómo muchas usuarias destacan haber alcanzado recientemente la mayoría de edad o incluso fingen ser menores de edad, adoptando una estética adolescente o infantilizada que las hace especialmente atractivas para sus suscriptores o para adultos registrados como *sugar daddies*.

6 Federación de Mujeres Jóvenes (2024) Onlyfans. Un espacio blanqueado del negocio del sexo.

7 García-Rodríguez, A. (2024). La digitalización de la industria de la explotación sexual: Un estudio exploratorio sobre el fenómeno del sugardating en España. *Gender On Digital*, 2, 57–80.

Sexualización y exposición de la infancia en el entorno digital

Es importante reconocer la existencia de un imaginario social y cultural que favorece la sexualización de la infancia y la adolescencia, especialmente en el entorno digital, sobre el que se apoya la normalización y legitimación de las prácticas de autoexposición, con particular impacto entre los menores de edad y normaliza su consumo. Así, la creciente hipersexualización de la infancia y la adolescencia a través de la cultura digital y estéticas de consumo actuales ha contribuido a normalizar ciertas conductas que muchos niños, niñas y adolescentes interpretan como naturales o incluso positivas. Factores como la búsqueda de validación social (en forma de *likes*, seguidores y comentarios), la curiosidad, el despertar sexual o la presión del grupo configuran un escenario propicio para la producción y circulación de contenido íntimo o sexual, principalmente a través de prácticas como el *sexting*, pero que también facilitan estas formas de autoexposición.

3. Conocimiento, acceso y participación de niños, niñas y adolescentes en espacios y dinámicas de autoexposición

A continuación, exploraremos la relación que tienen estos espacios y plataformas con los niños, niñas y adolescentes. ¿Las conocen? ¿Cómo las conocen? ¿Acceden y participan en las plataformas que promueven la autoexposición?

3.1 Conocimiento de los espacios y plataformas

Se ha comprobado que los adolescentes conocen y acceden a estas plataformas a pesar de ser menores de edad, lo que suscita preocupaciones respecto a los riesgos a los que se exponen y también hacia la influencia que los contenidos o las interacciones que realizan en estos espacios puedan ejercer sobre ellos y ellas.

Por ejemplo, en nuestros talleres con adolescentes, en los que se abordaron diferentes riesgos y preocupaciones asociados al entorno digital, OnlyFans fue rápidamente identificado como ejemplo de espacio para el intercambio de contenido sexual por dinero, tanto por los chicos como por las chicas, sin necesidad de que fuera mencionado por las personas adultas que facilitaban la actividad. La mayoría de los participantes explicaron fácilmente que esta plataforma se utiliza para crear y compartir contenido exclusivo, normalmente de naturaleza adulta, a cambio de un pago. Otros estudios han evidenciado que los y las adolescentes conocen en detalle su funcionamiento, las funcionalidades que ofrece y el sistema de suscripción y tarifas y que, especialmente las chicas, señalan que para ganar dinero en OnlyFans suele ser necesario mostrar cada vez más, ya que los ingresos dependen del nivel de exposición.⁸

Del mismo modo, los chicos y chicas participantes en los talleres evidenciaron un conocimiento detallado sobre las dinámicas del *sugar dating* y mencionaron percibir una creciente normalización social de este tipo de relaciones.

«Estoy con quien quiero y gano lo que quiero. Estoy aceptando y me puedo hasta enamorar». —Chica adolescente, en relación a *sugar daddies*

Pero, ¿por qué conocen plataformas que, en teoría, son para uso y consumo de personas mayores de edad? Las estrategias de promoción y marketing que utilizan estas plataformas en espacios digitales en los que hay usuarios y usuarias menores de 18 años desempeñan un papel clave, visibilizando estos espacios para la captación de nuevos usuarios y usuarias.

a. Estrategias de promoción de las plataformas que promueven la autoexposición

Plataformas como OnlyFans y sitios de *sugar dating* (como SugarDaddyEspaña) han desarrollado un entramado de promoción basado en estrategias de marketing muy elaboradas y sofisticadas, apoyadas en contenidos inspiradores, historias de éxito económico y algoritmos que premian la visibilidad sexual. Estas estrategias están dirigidas principalmente a jóvenes de entre 18 y 25 años, aunque su impacto se extiende también a niños, niñas y adolescentes, como comprobamos en nuestra encuesta: más de un tercio de los y las jóvenes a los que hemos preguntado refirieron

8 Anciones Anguita, K., & Checa Romero, M. (2025). Making Money on OnlyFans? A Study on the Promotion of Erotic Content Platforms on Social Media and their Influence on Adolescents. *Sexuality & Culture*.

haberse encontrado durante su infancia con publicaciones en redes sociales que ofrecían oportunidades para ganar dinero vendiendo contenido íntimo, observándose además una clara diferencia entre chicas y chicos, como se muestra en la siguiente figura.

Figura 1. **Exposición a mensajes para la venta de contenido sexual.**



Así, el marketing digital y las narrativas normalizadoras en redes sociales sobre prácticas como el *sugar dating* o la venta de contenido íntimo se presentan como oportunidades glamourizadas para alcanzar ciertos niveles de consumo y estatus. La posibilidad de monetizar imágenes o vídeos íntimos, ya sea de forma directa o a través de intermediarios, se percibe en algunos casos como una vía rápida de acceso a recursos materiales o como “dinero fácil”, que puede empujar a adolescentes, especialmente chicas, a generar contenido íntimo sin evaluar las consecuencias a largo plazo.

b. El papel de las redes sociales en la promoción de conductas y dinámicas de autoexposición

Las redes sociales actúan como los principales medios de promoción de estas conductas y de las plataformas a través de las que se realizan, difundiendo mensajes y narrativas que promueven la autoexposición de chicas bajo una apariencia de empoderamiento femenino, libertad sexual o emprendimiento económico. Estos mensajes son impulsados activamente por las propias plataformas de autoexposición y

por algunas de sus usuarias con fines lucrativos, reforzando discursos aspiracionales que buscan captar a nuevas creadoras.

Así, la estrategia de promoción multicanal de las plataformas incluye el marketing a través redes sociales en plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y de Twitter/X, entre otras. De hecho, la mayoría de quienes acceden a OnlyFans lo hacen a través de enlaces directos o contenido compartido en otras redes sociales (menciones, anuncios o contenido de creadores): el 61,10 % del tráfico que llega a OnlyFans proviene de Twitter/X, que se ha convertido en una herramienta publicitaria clave al haber flexibilizado sus políticas con respecto al contenido sexual; el 12,76 % de Instagram; el 12,67 % de Reddit; y el 6,67⁹ YouTube. Estos datos implican que la visibilidad y el acceso a esta plataforma dependen en gran medida de su presencia en redes sociales que cuentan con gran popularidad entre adolescentes.

En TikTok, Instagram o YouTube, donde el contenido sexual explícito está prohibido, se utilizan de forma encubierta para promover indirectamente estas plataformas, mediante el uso de eufemismos como OnlyFriends,¹⁰ “plataformas de contenido para adultos” o modificaciones ortográficas como “noporn”. Es habitual encontrar vídeos de testimonios y de entrevistas callejeras con usuarias que venden contenido sexual compartiendo el relato de que han ganado grandes sumas de dinero vendiendo fotos de sus pies o ropa interior, especialmente en TikTok. Estos mensajes explícitos y dirigidos a captar usuarias se centran en minimizar el potencial pornográfico y de explotación, presentando conductas aparentemente inocuas o poco peligrosas, pero que suponen una forma de atraer progresivamente a chicas hacia conductas cada vez más explícitas.

Se difunden así contenidos que exaltan los beneficios económicos, el acceso a lujos y el ascenso social asociado a la creación de contenido íntimo o la participación en relaciones tipo *sugar dating*. Estos discursos son reforzados por *influencers* y figuras públicas que participan en OnlyFans y que visibilizan sus ingresos y estilo de vida, convirtiéndose en referentes aspiracionales para adolescentes, al tiempo que publicitan la plataforma atrayendo más potenciales participantes.¹¹

En Instagram, además, la promoción resulta más directa: el hashtag #OnlyFans tiene 4,3 millones de resultados, y variantes como #onlyfansgirls y similares superan los 850.000 resultados. Muchas chicas que comercializan imágenes y contenidos sexualizados en OnlyFans utilizan Instagram para promocionarse y llegar a nuevos potenciales suscriptores. También es frecuente que hombres adultos utilicen redes sociales como Instagram o TikTok para localizar y contactar con chicas jóvenes

9 Datos de Hubite, analizados en el estudio de Anciones Anguita, K., & Checa Romero, M. (2025).

10 Maldita.es (2023). Los vídeos en TikTok que venden las agencias de OnlyFans como un negocio para hacerse “millonario” y que llegan a menores.

11 Federación de Mujeres Jóvenes (2024).

para establecer relaciones enmarcadas en el *sugar dating*.¹² YouTube, a su vez, ofrece vídeos con consejos para el *sugar dating* y vídeos tutoriales sobre cómo empezar a utilizar OnlyFans, a veces elaborados por las propias “usuarias” de la plataforma, que comparten experiencias, consejos para publicitar los perfiles y aumentar la audiencia, creación de contenido, etc.

Por otro lado, las propias recomendaciones de uso de OnlyFans aluden a la plataforma Twitch como herramienta de promoción.¹³ Esta red social se basa en la retransmisión en directo de contenidos, por lo que ofrece un canal directo de interacción que facilita redirigir a la audiencia hacia perfiles en otras plataformas, incluidas aquellas destinadas al intercambio de contenido sexual.

Los algoritmos también desempeñan un papel crucial en la difusión de contenidos y en la visibilidad de aquellos vinculados a la captación de nuevos perfiles, ya que facilita su promoción y alcance entre los usuarios. Según pruebas realizadas en una investigación académica y periodística, Instagram recomienda regularmente vídeos sexuales a cuentas de adolescentes que parecen interesadas en contenido sexualizado, y lo hace a los pocos minutos de que inicien sesión: en tan solo tres minutos, comenzaron a aparecer en los *feeds* creadoras de contenido sexual para adultos, y tras menos de 20 minutos de visualización de *Reels*, los perfiles de prueba se llenaron de contenido promocionando estos perfiles. Algunos de estos vídeos ofrecían enviar imágenes íntimas a los usuarios que interactuaban con sus publicaciones.¹⁴ Al respecto, los propios adolescentes de los talleres reconocían que los algoritmos juegan un papel importante en el tipo de contenido que consumen.

Los datos de nuestra encuesta confirman el éxito de estas estrategias de promoción y posicionamiento. Más de la mitad de los y las jóvenes respondieron haber visto enlaces que redirigían desde redes sociales a plataformas como OnlyFan, páginas de sugar daddies u otros similares, siendo menores de edad. En este caso, fueron más los chicos quienes afirmaron haber visto estos contenidos: un 62,4 %, frente al 47,7 % de las chicas. Además, un porcentaje algo superior refirió haber visto a *influencers* o creadores de contenido promoviendo o hablando favorablemente sobre estas plataformas. Destaca también la normalización de estas prácticas en series, películas o programas de referencia.

12 Padilla López, L. (2025).

13 Anciones Anguita, K., & Checa Romero, M. (2025).

14 Hagey, K., & Horwitz, J. (2024, June 7). Instagram recommends sexual videos to accounts for 13-year-olds, tests show. The Wall Street Journal.

Figura 2. **De las siguientes experiencias, ¿cuál o cuáles te pasaron antes de los 18 años? Señala tantas opciones como consideres necesarias.**

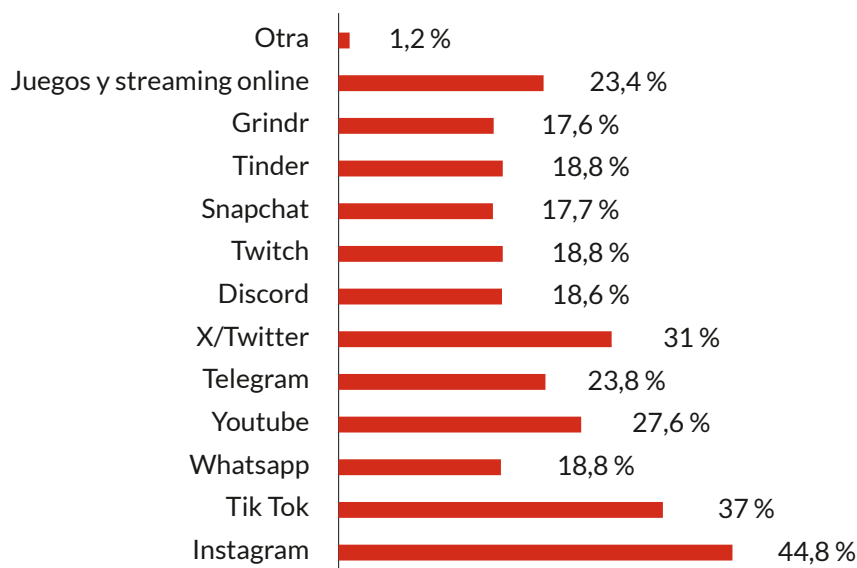
	Total	Chicos	Chicas
Vi enlaces que redirigían desde redes sociales a plataformas como OnlyFans, páginas de “sugar daddies” u otros sitios similares	51,1 %	62,4 %	47,7 %
Vi entrevistas o vídeos donde personas hablaban sobre cómo ganaban dinero vendiendo contenido de carácter sexual (como fotos íntimas, venta de ropa interior, imágenes de sus pies, etc.) Recibir fotos sexuales sin haberlas solicitado	43,5 %	48,7 %	41,9 %
Vi a <i>influencers</i> o creadores/as de contenido promoviendo o hablando favorablemente sobre OnlyFans o plataformas similares	52,6 %	62,4 %	49,7 %
Vi otro tipo de contenido que normalizaba, romantizaba o mostraba como una opción deseable la venta de contenido sexual por parte de menores de edad	29,2 %	32,5 %	28,2 %
Vi publicaciones en redes sociales donde se hablaba de <i>sugar dating</i> como algo positivo o atractivo	45,2 %	32,1 %	49,3 %
Me encontré con publicaciones en redes que ofrecían oportunidades para ganar dinero vendiendo contenido íntimo	34 %	38,5 %	32,7 %
Conocí a alguien en mi entorno que usaba o consideraba usar estas plataformas para generar ingresos	21 %	15,8 %	22,6 %
Recibí mensajes de desconocidos sugiriéndome que vendiera contenido íntimo o que participara en dinámicas similares	34 %	15,4 %	39,7 %
Vi en series, películas o programas referencias que normalizaban este tipo de prácticas	45,2 %	48,7 %	44,1 %

En cuanto al *sugar dating*, más del 45 % encontraron, siendo menores de 18 años, publicidad en redes sociales donde se hablaba de esta práctica como algo positivo o atractivo. Como se observa en la Figura 2, las chicas presentaron una mayor probabilidad de exposición frente a este contenido: el 49,3 % había visualizado mensajes que promovían el *sugar dating* de forma positiva. También recibieron en mayor medida mensajes de personas desconocidas para involucrarse en situaciones de explotación sexual (39,7 %). Por su parte, los chicos presentaban mayor riesgo para ver enlaces que redirigían a webs de contenidos sexuales o ver *influencers* que promovían o hablaban positivamente de la explotación sexual (62,4 %).

La frecuencia de exposición a estos contenidos resultó relativamente elevada: un 13,1 % de los y las adolescentes encuestadas afirmó haberlos visto en numerosas ocasiones (más de diez veces), y un 18,7 % reconoció haberlos visualizado entre seis y diez veces.

En cuanto a los espacios de visualización, predominaban las redes sociales como Instagram (44,8 %) o TikTok (37 %), seguidas de Twitter/X (31 %), YouTube (27,6 %) y juegos en línea y plataformas de streaming. Aquellos participantes que señalaron otras vías de acceso mencionaron principalmente páginas web para ver películas o realizar descargas.

Figura 3. **Lugar donde se visualizaban contenidos asociados a prácticas y plataformas de autoexposición.**



c. Estrategias de captación diferenciadas en base al género

Las estrategias y mensajes de promoción de estas plataformas relacionadas con la autoexposición que llegan a chicos y chicas son diferentes. A las chicas se las incentiva a participar como “creadoras de contenido”, presentando estas plataformas como espacios de éxito, autonomía y empoderamiento económico. En cambio, los chicos son interpelados para actuar como consumidores y también como “agentes”, “mentores” o “emprendedores”, presentándose como una oportunidad de negocio también para ellos, utilizando un lenguaje que blanquea la naturaleza explotadora de este tipo de actividades.¹⁵ Cuentas en TikTok o Instagram difunden tutoriales y *masterclasses* sobre cómo reclutar creadoras de contenido, monetizar perfiles o gestionar sus redes, promoviendo activamente lo que, en la práctica, supone una nueva forma de proxenetismo digital.¹⁶

En este contexto han surgido en torno a OnlyFans agencias y redes organizadas que buscan profesionalizar este rol con ánimo de lucro propio para: gestionar perfiles, diseñar estrategias publicitarias y de marketing, y orientar a las chicas sobre cómo sexualizar su imagen para maximizar ingresos. Algunas de estas agencias ofrecen *coaching*, posicionamiento algorítmico o servicios de atención al cliente, cobrando comisiones o porcentajes del contenido generado. Entre estas agencias destacan nombres como Only Agencia o OnlyInfluencers.

La aparente profesionalización de estos agentes intermediarios puede atraer a más usuarias, a través de mensajes aspiracionales que vinculan la venta de contenido íntimo con mayores oportunidades para generar ingresos, el lujo y el reconocimiento social. Sin embargo, en la práctica, estos “agentes” suelen quedarse con un porcentaje significativo de las ganancias, ejerciendo además un control sobre los contenidos que las chicas producen, orientando su actividad según sus propios intereses económicos, lo que los convierte en explotadores sexuales.

«También han surgido nuevos perfiles, como mentores y agentes, en plataformas como OnlyFans que realmente son proxenetas digitales, que explotan económicamente bajo la apariencia de un entorno seguro». — Profesional del ámbito de la psicología y la criminología

15 Diaconía. (2024). Guía para profesionales del ámbito educativo. Trata en el mundo digital: protegiendo a los menores. Madrid: Diaconía.

16 Aránguez, T. (2023). OnlyFans. La uberización de la pornografía. En T. Aránguez & O. Olariu (Coords.), Ensayos ciberfeministas (pp. 99-119). Dykinson.

Terminología y normalización

La monetización del contenido sexual en plataformas digitales, al igual que la práctica del *sugar dating*, son promovidas masivamente por las plataformas a través de redes sociales mediante estrategias de marketing que las presentan como vías de independencia económica y un método fácil para ganar dinero, e incluso como formas de empoderamiento femenino. El *sugar dating* también se vende asociado a estilos de vida glamurosos.¹⁷

De hecho, los propios términos de *sugar dating*, *sugar daddy* o *sugar baby* edulcoran estas prácticas, cuando en la realidad son dinámicas de explotación sexual, explotadores y chicas explotadas. Lo mismo sucede con el término “creadoras de contenido” o “modelos” en plataformas como OnlyFans, o eufemismos como coach, agente, mentor o emprendedor, que en este contexto actúan como proxenetas y explotadores. Estos términos contribuyen a la normalización de las prácticas explotadoras, restándoles gravedad y desvinculándolas de su verdadera naturaleza, marcada por relaciones de poder desiguales y dinámicas propias de la explotación sexual.

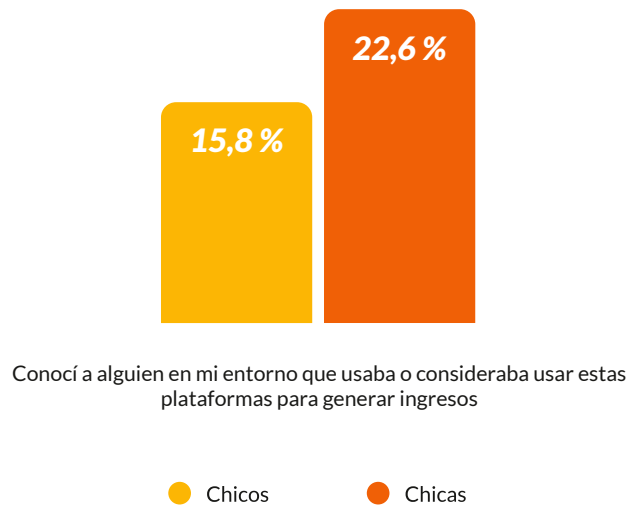
3.2 Acceso a estas plataformas

Una vez analizado el por qué y cómo conocen estas plataformas, la siguiente pregunta es ¿están accediendo a las mismas?

Aunque estas páginas están legalmente restringidas a personas mayores de edad, se destaca la facilidad con la que los niños, niñas y adolescentes se saltan con facilidad los sistemas de verificación. En nuestra encuesta, el 21 % de los participantes respondieron conocer a alguien de su entorno que usaba o consideraba usar estas plataformas para generar ingresos, más las chicas que los chicos.

17 Padilla López, L. (2025). El proxenetismo digital y la captación de menores en redes sociales: Un análisis sobre la hipersexualización y el empoderamiento en plataformas online. *Revista de Victimología*, (19), 213-250.

Figura 4. **Acceso a plataformas de autoexposición.**



En 2021, la BBC¹⁸ reveló la existencia de miles de cuentas de OnlyFans pertenecientes a personas, menores de edad, muchas veces creadas con documentos falsificados. También se han documentado casos de vídeos en coautoría en esta plataforma, donde el titular de la cuenta es mayor de edad, pero las personas filmadas no lo son, e incluso se han documentado vídeos de abusos sexuales a niños pequeños.¹⁹

Además, en plataformas como SugarDaddyEspaña, propiedad de GreenClouds LLC (EE.UU.), se ha comprobado la facilidad para crear perfiles con edades falsas sin que la plataforma aplicara ningún tipo de verificación ni bloqueo.²⁰ En nuestra encuesta, aunque se trató de un fenómeno minoritario, algunos jóvenes respondieron haber accedido a este tipo de webs de *sugar dating* cuando eran menores de edad, alrededor de los 14 años.

18 BBC News Mundo (2021). [OnlyFans: menores venden videos explícitos aprovechando las fallas de controles de la plataforma.](#)

19 Moreno, K. (2024, 4 de julio). [La otra cara de OnlyFans: niños son víctimas de explotación sexual en la plataforma.](#) Infobae.

20 García-Rodríguez, A. (2024).

Factores de vulnerabilidad

Durante la infancia y, especialmente en la adolescencia, la construcción de la identidad personal se ve influida por la necesidad de pertenencia al grupo, el deseo de aceptación social y la presión ejercida por los modelos culturales dominantes, en los que el consumo y la imagen juegan un papel central. Esta presión por cumplir con las expectativas del entorno puede generar en los niños, niñas y adolescentes una fuerte sensación de urgencia por “encajar”. El entorno digital amplifica estas dinámicas de validación a través del número de seguidores, likes o comentarios, y reproduce estereotipos de éxito vinculados al poder adquisitivo, la apariencia física y la exhibición de modelos y estilos de vida aspiracionales. Quienes se encuentran en contextos de mayor vulnerabilidad socioeconómica están especialmente expuestos a estos mensajes y presiones.

Así, estas narrativas y tipo de captación son particularmente peligrosas para las adolescentes en situación de vulnerabilidad socioeconómica, como puede ser el caso de las adolescentes de origen migrante o las que están en situación de desamparo. De hecho, el informe *Mujeres Jóvenes de 2024* alerta del incremento del número de niñas y adolescentes del sistema de protección,²¹ con especial vulnerabilidad social y económica, que usan este tipo de plataformas para vender contenido sexualmente explícito a cambio de dinero y como posibilidad de mejorar su situación.

4. Impacto en la percepción de los niños, niñas y adolescentes de las formas de autoexposición

Las estrategias de marketing y promoción de las plataformas ligadas a la autoexposición se apoyan en mensajes vinculados al éxito y al glamour, con la finalidad de captar a nuevas usuarias y consumidores. Ahora que hemos analizado estos discursos y mensajes que buscan normalizar y promover estas nuevas formas de explotación sexual, cabe preguntarse ¿están cumpliendo con su cometido? Es decir, ¿de qué modo perciben los niños, niñas y adolescentes estas conductas y a las personas que las realizan?

²¹ El riesgo de este colectivo a verse inmerso en formas de explotación sexual “física” ya ha sido identificado y documentado en numerosas ocasiones, incluso a través de redes de explotación.

4.1. Percepción sobre quienes monetizan contenido sexual online

Aunque un gran porcentaje de jóvenes reportó preocupación por cómo podría afectar a la imagen de la persona o lo consideraba una actividad arriesgada que podría conllevar consecuencias negativas, una parte importante no identificaba estas prácticas de forma clara como problemáticas. Así, el 32,3 % opinaba que la autoexposición era una forma legítima de generar ingresos, y casi el 24 % les parecían bien estas conductas, si bien matizaban que no las llevarían a cabo. Además, cerca del 30 % creía que las personas que venden contenido sexual en Internet ganaban mucho dinero, lo que puede ser producto de las narrativas que asocian estas conductas al éxito económico, presentándolas como una opción de ingresos atractiva, especialmente para las chicas jóvenes. Muchos respondieron no tener una opinión clara al respecto.

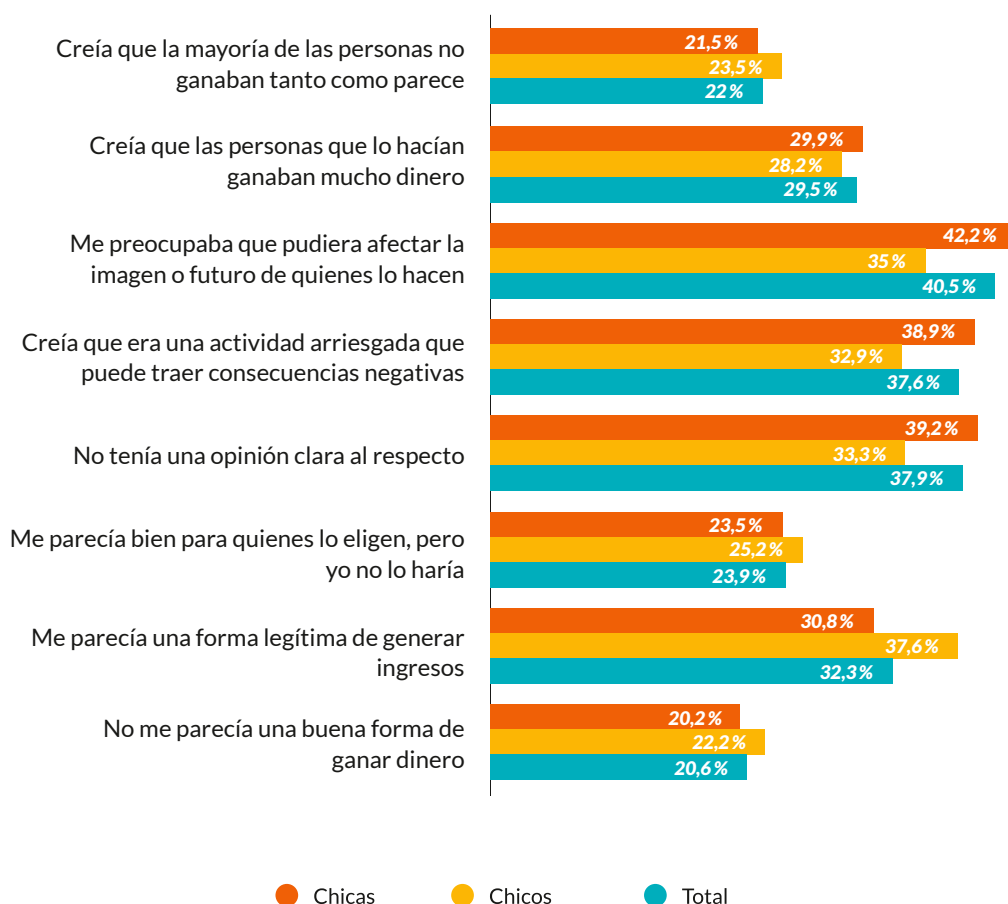
Fueron las chicas las que mostraron una mayor preocupación por el futuro de quienes lo hacen (42,2 % frente al 35 % de los chicos) y quienes consideraban que era una actividad arriesgada que podía tener consecuencias negativas (el 38,9 % frente al 32,9 %), lo que muestra una menor sensibilización de los chicos frente a los riesgos que estas conductas implican. Esto puede deberse al hecho de que asocian estas conductas con las chicas, lo que puede llevar a una menor empatía y reflexión sobre sus implicaciones y riesgos, al percibir las como algo ajeno o como conductas que en principio ellos no van a tener que realizar.

También son más los chicos quienes creen que estos actos constituyen una forma legítima de generar ingresos: el 37,6 % así lo expresaba, frente al 30,8 % de las chicas. Otros estudios han revelado como, especialmente los chicos asocian las prácticas de monetización de contenido sexual a grandes beneficios económicos, pese a que la realidad dista mucho de las cifras promocionadas en las estrategias publicitarias, revelando ingresos bastante precarios asociados a estos contenidos. Además, perciben que “quienes saben promocionarse” estableciendo conexiones con la audiencia, son quienes más éxito logran, y las chicas identificaba que para lograr ingresos significativos “no basta con mostrar los pies”, sino que es necesaria una exposición progresiva para incrementar las visualizaciones.²²

Estos datos evidencian hasta qué punto algunos mensajes promocionales que asocian el éxito económico y vital únicamente a la apariencia y la sexualización están calando entre la población joven, contribuyendo a diluir los límites entre el consentimiento, la presión y la explotación.

22 Anciones Anguita, K., & Checa Romero, M. (2025).

Figura 5. **Opinión sobre las personas que venden contenido sexual en Internet.**



«No, es un contrato de dos personas y ella no tiene que aguantarlo todo». —Chica adolescente

También les preguntamos quién consideraban que era la persona responsable en aquellas situaciones donde una persona menor de edad vendía contenido íntimo o sexual en Internet. El 65,9 % señaló que la persona responsable es aquella que compraba el contenido, el 62,9 % considera que la responsabilidad recae sobre los padres o figuras cuidadoras del menor, el 60,1 % responde que la plataforma desde la que se vendían dichos contenidos es la responsable y, por último, el 59,5 % que lo es la persona menor de edad.

El hecho de que casi el 60 % atribuyese la responsabilidad al propio menor de edad sugiere que en estos contextos sigue presente la percepción de que, al menos en

cierta medida, los menores de edad son responsables de su propia explotación. Del mismo modo, en los talleres con adolescentes, éstos señalaron que, cuando existe participación de un menor de edad en la venta o intercambio de este material, la responsabilidad debe ser compartida. Además, matizaban el grado de responsabilidad en función de la edad, asignando una mayor responsabilidad a los progenitores cuando se trata de edades más tempranas.

«Estamos hablando de un pederasta que vende o manda fotos de pornografía infantil, y si el que vende es un menor de edad está vendiendo pornografía infantil a pederastas».

—Chico adolescente

Es necesario por tanto un cambio en la percepción social de este fenómeno, especialmente entre los propios chicos y chicas, para visibilizar las dinámicas desiguales y la desprotección vinculadas a estas prácticas, abordando cuestiones como la desigualdad de género, la cosificación de las mujeres, la instrumentalización y explotación en redes o la explotación sexual.

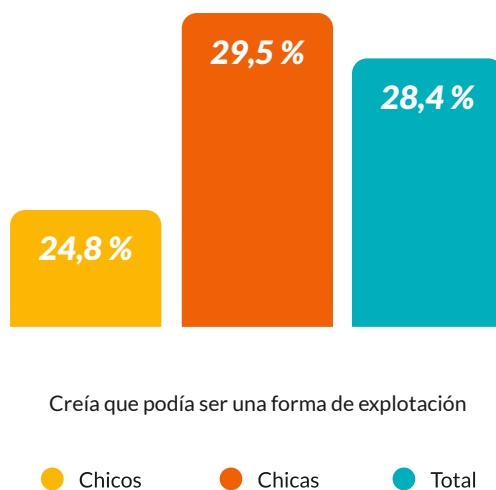
«Un niño, niña o adolescente no es responsable, es una víctima vulnerable». —Magistrada especializada en derechos humanos

4.2. Percepciones sobre la autoexposición digital

A pesar del desequilibrio de poder y los riesgos que caracterizan las conductas relacionadas con la autoexposición digital, estas prácticas van adquiriendo una mayor aceptación social, especialmente cuando involucran a chicas jóvenes. También vemos como, cada vez más, tienden a naturalizarse entre adolescentes, favorecidas por una cultura digital que promueve la exposición constante, la validación externa y figuras de referencia que asocian el valor personal a la apariencia física o al éxito económico.

Al preguntarles por su opinión respecto a las personas que venden contenido sexual en Internet, tan solo el 28,4 % creía que se podía tratar de una forma de explotación, siendo más las chicas que los chicos, lo que implica que más del 71 % de los y las jóvenes (más del 75 % en el caso de los chicos) no identificaban estas conductas como una forma de explotación.

Figura 6. **¿Qué opinabas sobre las personas que generaban ingresos compartiendo contenido sexual en plataformas como OnlyFans?**



Entre los y las jóvenes encuestados para este estudio que respondieron conocer lo que es la explotación sexual digital infantil y adolescente, se observa que son menos quienes identificaban las conductas ligadas a la autoexposición como formas de explotación sexual, incluso cuando es una tercera persona la que se beneficia de la venta de este contenido.

Resulta asimismo significativo que solo el 16 % de quienes afirmaron haber sido víctimas de explotación sexual consideraba que actividades relacionadas con el uso de OnlyFans conlleva riesgos y consecuencias negativas, frente al 38,1 % del grupo no victimizado. Además, un 52 % de las víctimas creían que quienes lo hacían obtenían grandes beneficios económicos, en comparación con el 28,9 % del grupo de no víctimas. También se observó que las víctimas atribuían con mayor frecuencia el hecho de que menores de edad compartan contenido sexual en Internet a la influencia de redes sociales o personas famosas (56 % frente al 31,5 %).

Estos resultados sugieren que las víctimas de explotación sexual digital tienden a percibir este tipo de conductas como menos peligrosas y más normalizadas, asociándolas con beneficios económicos y la influencia social, contribuyendo a una mayor vulnerabilidad. Elementos que conjuntamente pueden actuar como factores de riesgo que conduzcan a situaciones de explotación sexual digital.

Figura 7. **¿Cuál de las siguientes acciones considerabas que era explotación sexual? Señala tantas como consideres necesarias.**

Obligar, presionar o engañar a un menor de 18 años para que envíe contenido íntimo a cambio de dinero, regalos o favores	55,9 %
Grabar o fotografiar en situaciones íntimas a un menor de 18 años sin su consentimiento y que ese material se use para chantajearle o ganar dinero a su costa	52 %
Mantener una relación íntima con un menor de 18 años mediante coacciones, chantajes o amenazas	50,2 %
Ofrecer dinero, regalos o favores a un menor de 18 años a cambio de fotos íntimas (desnudos, genitales, en ropa interior o bañador)	48,2 %
Mantener una relación íntima con un menor de 18 años a cambio de ofrecerle dinero, regalos o favores.	45,6 %
Ofrecer <i>likes</i> y atención a un menor de 18 años a cambio de que cuelgue imágenes y vídeos íntimos en redes sociales	42,5 %
Suscribirse a plataformas como OnlyFans vendiendo contenido íntimo (desnudos, genitales, en ropa interior o bañador), y que una tercera persona se beneficie	37,7 %
Suscribirse a plataformas como OnlyFans vendiendo contenido íntimo (desnudos, genitales, en ropa interior o bañador), voluntariamente	25,2 %

La evidencia disponible apunta además hacia una percepción de OnlyFans por parte de la adolescencia como una alternativa laboral no solo válida, sino también atractiva. En lugar de reconocer la situación de vulnerabilidad de las chicas que se autoexponen a través de esta plataforma, parecen percibir que las chicas tienen ventaja a la hora de perseguir esta supuesta vía laboral, particularmente en un contexto en que la audiencia mayoritaria está compuesta por hombres.²³

En este sentido, la Memoria de la Fiscalía General del Estado²⁴ señala la preocupación expresada por los y las fiscales ante el acceso de la población joven y adolescente a determinadas aplicaciones, entre ellas OnlyFans, y advierte de que los

23 Anciones Anguita, K., & Checa Romero, M. (2025).

24 **Fiscalía General del Estado. (2025). Memoria 2025 (ejercicio 2024). Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes.**

menores de edad con frecuencia no son conscientes de los peligros que suponen las conductas en el entorno digital, o banalizan sus riesgos. Por ello, destaca la necesidad de actuar a nivel educativo con fines preventivos.

En los talleres, las chicas reconocían OnlyFans como un espacio más de riesgo en lo simbólico que en lo físico, lo que puede estar relacionado con la sensación de falsa seguridad en el entorno digital y la percepción de que los riesgos en este entorno son menos reales o graves que en el físico.

«OnlyFans es seguro físicamente porque permite elegir quien lo ve, aunque no es seguro online porque no sabes la intención con la que lo usan». —Chica adolescente

Por otro lado, las adolescentes reconocían una normalización preocupante de las relaciones de *sugar dating*. Al respecto, algunas de las chicas consideraban que en estas relaciones existe consentimiento, y que las chicas tienen el control y la posibilidad de obtener beneficios, incluso llegar a enamorarse. En general, entienden que estas relaciones implican un contrato entre dos partes, es decir, un intercambio pactado de dinero o beneficios a cambio de compañía o interacción. Algunas de ellas señalaban que, incluso en ese contexto, la mujer no es responsable si sufre una agresión sexual o si alguien la presiona para realizar actos que no desea. Sin embargo, destaca que no todas identificaban determinadas conductas no consentidas como formas de violencia, sino que tienden a percibir las como parte del supuesto “acuerdo”, lo que refuerza la idea de que las mujeres están obligadas a aceptar ese trato.

«Es algo que yo he elegido y si pasa algo que no quiero yo he aceptado así que lo aguanto». —Chica adolescente, en relación a *sugar dating*

La normalización de estas conductas dificulta su identificación como formas de violencia, y facilita que cada vez haya más chicas que puedan reproducirlas y más chicos consumirlas. Esto, a su vez, contribuye a una falta de autorreconocimiento como víctimas de violencia, fenómeno que puede verse agravado por el vínculo traumático que muchas veces se genera entre la víctima y el explotador, que complica tanto el reconocimiento de la victimización como la ruptura del vínculo abusivo. Esta normalización impacta directamente en la baja o nula identificación del

riesgo que suponen estas conductas en relación con la explotación sexual en el entorno digital.

4.3. Ilusión de control y agencia en dinámicas de explotación

Uno de los principales riesgos asociados a las conductas de sobreexposición analizadas en este documento es la ilusión de control que experimentan muchas adolescentes que participan en ellas. El hecho de que exista un intercambio y un beneficio percibido lleva a muchas jóvenes a creer que lo que hacen es voluntario y, por tanto, no forma parte de una dinámica explotadora. Sin embargo, estas relaciones están marcadas por profundas asimetrías de poder relacionadas con la edad, el género, la situación económica o la experiencia. En este contexto, quien controla la recompensa ejerce también el control sobre la situación, lo que vicia cualquier posibilidad de consentimiento libre e informado.

«Se ha hablado de consentimiento sexual, pero no se ha hablado de consentimiento sexual en el ámbito digital. El ámbito digital es más difícil que el corpóreo, es mucho más complejo analizar dónde acaba el consentimiento e incluso algunas conductas pueden tener una parte casi automatizada». —Abogada penalista especializada en violencias sexuales digitales

Lejos de ser prácticas emancipadoras o empoderantes, en realidad refuerzan la cosificación del cuerpo femenino y la subordinación de las mujeres a los deseos y expectativas masculinas. Las plataformas digitales que facilitan estas conductas de autoexposición actúan como escaparates virtuales que simulan catálogos sexuales, en los que las mujeres y chicas adolescentes son valoradas por atributos físicos, edad o nacionalidad, replicando lógicas presentes en la prostitución y la pornografía. Por ello, al asumir estas narrativas, muchas adolescentes que llevan a cabo estas conductas no se perciben como víctimas, al asociar la transacción sexual con un intercambio que perciben como legítimo o incluso como una oportunidad. Ello dificulta que puedan salir de estas dinámicas o pedir ayuda.

«La primera vez que hace algo malo no es tu culpa la segunda vez sí porque lo aceptas». —Chica adolescente

Así, la exposición repetida de adolescentes a contenidos sexualizados y a la promoción de este tipo de prácticas y plataformas puede tener efectos sobre las creencias vinculadas a los roles de género y la sexualidad, reforzando estereotipos de género y la normalización de la mercantilización del cuerpo y la monetización del contenido sexual. La percepción de que son las mujeres que cumplen con determinados estándares estéticos e ideales de belleza quienes ganan más dinero también tiene el efecto de reforzar la idea de que el éxito depende del cumplimiento de estándares corporales sexualizados.

Además, como se ha visto, estas prácticas reproducen y refuerzan concepciones conservadoras sobre los roles de género. En el caso del *sugar dating*, por ejemplo, la figura de la chica joven se presenta desde un enfoque sumiso, mientras que es el hombre quien asume el papel de proveedor y rol dominante. Esta dinámica otorga a la mujer una posición subordinada y dependiente, asociando su valor al atractivo físico, a la juventud (o infantilización) y la complacencia hacia los hombres. De hecho, una de las plataformas más populares de *sugar dating* vincula explícitamente este modelo de relación con el movimiento de las *trad wives*, como ideal de mujer que promueve un retorno a los valores conservadores percibidos como “tradicionales”, que en la práctica implican la sumisión femenina en el ámbito doméstico. Esta asociación evidencia la conexión entre estas prácticas y la reproducción de imaginarios conservadores sobre el género y las relaciones, que pueden ser asumidos por los y las adolescentes que normalizan este tipo de conductas.

En una etapa de desarrollo clave como la adolescencia, en la que la construcción de la identidad y la búsqueda de validación son clave, estos mensajes desencadenan diferentes estrategias en chicos y en chicas para cumplir con esa necesidad de aceptación, pasando por normalizar o adoptar roles de género que limitan su libre desarrollo. Asociar la autoestima a una imagen hipersexualizada y a la validación masculina genera en las niñas y chicas adolescentes una limitación a sus oportunidades de desarrollo conforme a sus propios deseos y aspiraciones, sujetas a una aceptación basada en la cosificación y la aceptación de un rol de sumisión. En los chicos, supone asumir una masculinidad que cosifica a las mujeres como objetos de consumo, sujetas a los deseos o imaginarios masculinos. En edades tempranas, esta asunción de roles genera perpetuar estos estereotipos de género que mantienen una desigualdad entre hombres y mujeres, normalizando prácticas de violencia basadas en género.

5. Riesgos de la vinculación de la infancia a las plataformas y espacios que fomentan la autoexposición digital

La participación de la infancia y la adolescencia en estos espacios, tanto desde la parte de la exposición como del consumo, plantea graves riesgos para el bienestar, la seguridad y el desarrollo de niños, niñas y adolescentes.

- **Riesgos vinculados a la generación de contenidos**

Los principales riesgos se concentran en que, al compartir y generar este tipo de contenido sexual, las adolescentes son más vulnerables ante distintas formas de violencias sexuales en el entorno digital, como el *grooming*, la sextorsión o el ciberacoso.

Otros riesgos asociados a la autoexposición son las estafas y chantajes, la manipulación emocional, o la distribución no consentida de imágenes sexuales, por ejemplo, la circulación del material en plataformas como Telegram, Discord, foros o webs de intercambio de material de abuso sexual infantil (CSAM).²⁵ A estos riesgos se añaden además las posibles consecuencias negativas sobre la salud mental, la identidad personal y la autoestima, además de los relacionados con la posible estigmatización social y la dificultad de borrado de la huella digital que dejan estas conductas.

Un riesgo particularmente preocupante es el de la captación para redes de trata y explotación. El 24 % los chicos y chicas de nuestra encuesta que respondieron haber sido víctimas de explotación sexual antes de cumplir 18 años, indicó que el contacto con la persona explotadora se produjo a través de OnlyFans, mientras que el 36 % habían sido contactadas por los explotadores a través de webs de *sugar dating* y similares.

De hecho, en España, la Guardia Civil y la Policía Nacional han identificado plataformas como OnlyFans como una puerta de entrada hacia la prostitución y otras formas de explotación, y han advertido de la captación de niños, niñas y adolescentes a través de la misma.²⁶ La plataforma, sin embargo, se desentiende de estos

25 El CSAM hace referencia a lo que tradicionalmente se conoce como «pornografía infantil». El uso de este término, sin embargo, se considera incorrecto minimizar la gravedad de estos actos: mientras que el término «pornografía» se usa principalmente para las representaciones sexuales entre personas adultas que participan en actos consensuados, cuando se involucra a personas menores de edad siempre son actos de abuso sexual. Para más información, véase: Save the Children (2025). Redes que atrapan.

26 La Vanguardia. (6 de octubre de 2025). [*Chicas en OnlyFans, obligadas a especializarse para tener más éxito.*](#)

riesgos, alegando ser un mero intermediario para eludir responsabilidades legales. Pero, a pesar de ello, esta plataforma no puede considerarse únicamente una intermediaria, pues obtiene beneficios económicos directos de los contenidos que aloja, por lo que podría ser considerada legalmente responsable si se demostrase conocimiento y lucro derivado de actividades ilícitas, como señalábamos en *Redes que atrapan* respecto a las plataformas digitales.

- **Riesgos como consumidores de estos contenidos**

Como consumidores, la exposición a estos contenidos durante la infancia y la adolescencia también puede tener consecuencias muy negativas para su desarrollo. Al igual que lo que sucede en la exposición a la pornografía, estos contenidos pueden afectar a la percepción y comprensión de las relaciones afectivas y sexuales, reforzando estereotipos de género discriminatorios y violentos y representaciones de las mujeres centradas en la apariencia física, la disponibilidad o la subordinación y la negación de su identidad, a cambio de un precio. Pero además, en el caso de estas plataformas, existe el riesgo de asociar el éxito económico a la exposición e intercambio sexuales, lo que puede reforzar la creencia de que tanto la imagen como el cuerpo pueden convertirse en objetos de consumo que pueden comprar o venderse, alimentando percepciones que perpetúan dinámicas de explotación.

Además, en un contexto marcado por la desigualdad de género, la exposición a estas prácticas puede derivar en violencias de distinta intensidad que impactan de manera diferenciada a chicas y chicos. En el caso de las chicas, el impacto es mayor sobre su autonomía y construcción de su identidad, ya que la necesidad de validación por parte de los chicos (vinculada a su aspecto físico y a su sexualización) genera presiones que invisibilizan sus propios deseos, necesidades y construcciones afectivas. Para los chicos, genera una presión hacia una única forma de masculinidad, basada en el control y el consumo, que deja poco espacio a su desarrollo identitario, de exploración de sus propios deseos y de establecimiento de relaciones que respondan a una cultura afectiva en condiciones de igualdad y respeto mutuo.

«No puedes controlar la imagen, nunca es seguro nada».

— Chica adolescente.

Representación y exposición constante de niños, niñas y adolescentes en la cultura digital

En el ecosistema digital actual, las redes sociales han normalizado la exposición constante, también de la infancia y la adolescencia. En este contexto, han surgido las figuras de los *influencers* menores de edad (*child influencers*), particularmente en plataformas como YouTube, Instagram o TikTok. A pesar de las restricciones en base a la edad que establecen estas redes,²⁷ sí permiten que los padres y madres puedan abrir y gestionar perfiles en su nombre por debajo de la edad de acceso, lo que da lugar a las cuentas de niños y niñas *influencers* administradas por sus progenitores, que pueden seguir gestionando incluso cuando los hijas e hijos alcanzan la adolescencia. Esta sobreexposición puede vulnerar sus derechos, afectar su identidad y desarrollo personal y plantear elevados riesgos, suponiendo un inicio temprano en su vida virtual, con repercusiones en su huella digital y consecuencias a largo plazo.

En este sentido, una investigación de The New York Times revela, a través del estudio de estas cuentas, cómo las redes sociales están transformando la infancia, especialmente la de las niñas, con el apoyo y participación directa de los progenitores, y la colaboración y patrocinio de marcas y empresas. Además, advierte que algunos de estos perfiles acaban atrayendo la atención de hombres adultos que admiten tener un interés sexual en la infancia. En algunos casos, son las propias madres y padres quienes promueven la venta de fotografías, sesiones de chat o *streaming* exclusivas, o incluso prendas de sus hijas a seguidores, en su mayoría hombres desconocidos. Estas interacciones pueden implicar importantes sumas de dinero y reproducen dinámicas claramente explotadoras, en las que hombres adultos invierten dinero en alimentar relaciones con menores de edad. Aunque también hay algunas cuentas para chicos gestionadas por madres, estas son una excepción.

Expertos en seguridad infantil han advertido de los riesgos de estas dinámicas, en las que algunos hombres creen desarrollar una conexión especial con las niñas, mientras ellas aprenden que deben responder a las expectativas y necesidades de una audiencia masculina. Esta exposición acostumbra a las niñas a mostrarse públicamente y a entender la visibilidad como una forma de reconocimiento y vía legítima de ingresos, normalizando dinámicas que, en etapas posteriores, pueden derivar en formas de autoexposición.

²⁷ La edad mínima de acceso para Youtube y Meta son 14 años, mientras que TikTok permite el acceso a partir de los 13 años.

Un ejemplo de esta trayectoria es el caso de Lil Tay, una niña que comenzó su exposición como *influencer* en YouTube a los 9 años, en una cuenta gestionada por su madre, y que al alcanzar la mayoría de edad abrió un perfil en OnlyFans.

Entre los seguidores de las cuentas de niñas, la investigación de The New York Times encontró seguidores “inapropiados, depredadores o pornográficos”, incluyendo hombres pedófilos que en otros canales fantaseaban abiertamente con abusar sexualmente de niños y niñas, y otros que directamente habían sido acusados o condenados por delitos sexuales. Es frecuente que las cuentas de niñas reciban mensajes y comentarios inapropiados. La misma fuente también señala que algunos de estos hombres utilizan las redes sociales para entablar contacto directo con las familias, presionando o incentivando la publicación de contenido cada vez más provocativo, e incluso ofreciendo dinero, regalos o patrocinios a cambio. Este tipo de dinámicas, lejos de ser excepcionales, evidencian cómo la exposición de la infancia en redes puede derivar en entornos donde se normaliza la interacción con adultos que buscan satisfacer intereses sexuales, poniendo en riesgo la seguridad y bienestar de los niños y niñas involucrados.

Frente a todos estos riesgos, las plataformas no han tomado las acciones necesarias para mitigarlos. En un juicio celebrado en Estados Unidos, salió a la luz documentación interna de una de las principales empresas tecnológicas que describía la seguridad infantil como un “objetivo secundario”.

6. Recomendaciones

La autoexposición o sobreexposición sexual digital de la infancia y la adolescencia, como forma de explotación sexual, plantea graves riesgos para los niños, niñas y adolescentes. Por ello, es necesario desarrollar medidas que, desde distintos ámbitos de actuación, hagan frente a esta forma de violencia:

- **Impulsar investigaciones específicas** sobre estas formas emergentes de explotación sexual vinculadas al entorno digital, con especial atención a la participación de la infancia y la adolescencia en dinámicas de autoexposición y la monetización de contenidos sexuales, desde una perspectiva de género. Estos estudios deben servir de base para diseñar estrategias de prevención y protección integral, con especial atención a niñas, niños y adolescentes que se encuentran en situaciones de mayor vulnerabilidad afectiva o económica.
- Incorporar de forma transversal en el currículo educativo la **educación afectivo-sexual** integral (que debe ser reglada, desde edades tempranas, y adaptada a cada fase educativa) junto a una **educación en ciudadanía digital**, atendiendo a las particularidades de la socialización y entorno digital de la infancia y adolescencia desde el enfoque de género, abordando de manera adaptada a cada etapa aspectos clave como el consentimiento, la privacidad, el *sexting*, el acceso a la pornografía, la gestión de la identidad digital, presiones ejercidas en este ámbito y herramientas para establecer límites saludables en entornos digitales. Las familias también deben recibir información y formación en estos aspectos, y las administraciones públicas deben proporcionar los recursos para ello.
- La **formación de profesionales que trabajan con infancia y adolescencia**, especialmente en el ámbito educativo, debe incluir contenidos específicos sobre las dinámicas digitales que facilitan la explotación sexual, las formas de autoexposición y las violencias sexuales basadas en género en el entorno digital. Los y las profesionales son una vía fundamental en la detección y prevención de violencias, y deben estar formados para ello para poder asistir a las víctimas.
- La normalización de conductas vinculadas a la monetización de contenidos sexuales y a prácticas como el *sugar dating* pone de relieve la necesidad de **promover campañas de sensibilización** que visibilicen estas formas de explotación y sus riesgos. Estas campañas deben abordar especialmente la participación de niños, niñas y adolescentes en estas conductas de autoexposición o sobreexposición, visibilizando que constituyen formas de violencia contra las niñas y las adolescentes y desmontando mitos ligados a la voluntariedad, el empoderamiento, así como la percepción de estas prácticas como una forma atractiva

o fácil de generar ingresos. En su lugar, deben enfatizar los riesgos y las dinámicas de explotación que pueden implicar.

- Asimismo, son necesarias **campañas dirigidas al conjunto de la sociedad que cuestionen la infantilización de las mujeres y la sexualización de la infancia y la adolescencia**. Estas campañas deben visibilizar cómo estas prácticas contribuyen a la cosificación y a la perpetuación de desigualdades y violencias de género.
- Las **empresas y plataformas tecnológicas tienen un papel clave** en el abordaje de este fenómeno y la **protección** de niños, niñas y adolescentes en entornos digitales.
 - » Las plataformas que permiten la monetización de contenidos sexuales, así como las páginas web de *sugar dating*, deben garantizar que las personas menores de edad no puedan acceder a sus contenidos, ni visualizarlos en otros espacios, registrarse en cuentas, ni aparecer en vídeos de cuentas gestionadas por personas adultas. Para ello, deben establecer mecanismos de verificación de edad efectivos; sistemas de moderación eficaces, transparentes y auditables; aplicar tecnologías de detección de material de abuso y explotación sexual en sus plataformas; y asegurar y reforzar mecanismos efectivos y ágiles para el reporte y la retirada de contenidos ilícitos, así como la colaboración con las autoridades en las investigaciones.
 - » Las redes sociales y plataformas digitales que permiten el acceso a niñas, niños y adolescentes deben hacer de la protección de la infancia una prioridad. Es necesaria la revisión y el rediseño de los algoritmos para evitar la promoción de contenidos sexualizados dirigidos a un público menor de edad. Por su parte, las administraciones públicas deben establecer regulaciones que garanticen la transparencia algorítmica y la realización de auditorías de riesgo a las empresas y plataformas de redes sociales.
 - » También es necesario establecer mecanismos que prohíban específicamente la publicidad, promoción o difusión de plataformas como OnlyFans o las vinculadas al *sugar dating* en todos los espacios digitales en los que las normas de uso permitan la presencia de personas menores de edad. Las plataformas y redes sociales deben reforzar sus políticas de segmentación por edad y control de contenidos, garantizando que estos mensajes no lleguen a audiencias por debajo de los 18 años de edad.
 - » En general, es crucial fomentar la responsabilidad de plataformas digitales, medios de comunicación y marcas para que revisen sus políticas de contenido, publicidad y colaboraciones, evitando la difusión de mensajes o imágenes que promuevan la hipersexualización de la infancia y la adolescencia.

- También es necesario el **abordaje de la sobreexposición de niños, niñas y adolescentes en entornos digitales a través de cuentas gestionadas por sus progenitores o tutores**. Se deben establecer medidas que impidan la apertura o gestión de cuentas de *influencers* menores de edad que, conforme a la normativa vigente, no tengan edad suficiente para crear y administrar perfiles en redes sociales por sí mismos. Para ello, las administraciones públicas deben poner en marcha mecanismos legales que aborden el ámbito de la influencia digital, la participación de menores de edad en la creación de contenido remunerado, y el abordaje del fenómeno del *sharenting*, promoviendo una cultura digital que respete la privacidad de niños, niñas y adolescentes. Las plataformas y empresas digitales, por su parte, deben asumir responsabilidades en relación a la verificación de la edad y en la supervisión del contenido vinculado a personas menores de edad.

7. Conclusiones

Abrirse una cuenta en una plataforma para vender contenido sexual o mantener una relación con un *sugar daddy* que ejerce el control de la relación son prácticas que implican graves riesgos para quienes las asumen, y que las exponen a una situación de vulnerabilidad. Estas plataformas reproducen dinámicas mucho más cercanas a la explotación sexual que a los discursos y mitos sobre la voluntariedad, el consentimiento y el empoderamiento bajo las que son vendidas. Sin embargo, este mensaje no parece estar calando en la sociedad, en la que estas conductas han sido asumidas y naturalizadas, tampoco entre los chicos y chicas adolescentes, que no solo no perciben su gravedad, sino que tienden a normalizarlas y hasta pueden llegar a verlas como opciones fáciles, o incluso atractivas, para ganar dinero.

Así, hemos visto cómo los y las adolescentes conocen la existencia de estas prácticas y de las principales plataformas donde tienen lugar, y además están familiarizados con sus dinámicas y saben cómo acceder a ellas a pesar de las restricciones. Las plataformas, por su parte, no cuentan con los mecanismos o la voluntad suficiente para impedir el acceso de menores de edad a sus espacios, ya sea como visualizadores de su contenido o como “creadoras” del mismo. Por el contrario, las estrategias de marketing que impulsan las plataformas parecen alcanzar directamente a la población joven, incluyendo a menores de edad, con la complicidad algorítmica de las redes sociales. Estas estrategias lanzan mensajes diferenciados en función del género, que asignan a chicas y chicos roles distintos dentro de dinámicas explotadoras. Y, lo más preocupante, es que vemos que estos mensajes de promoción

sí parecen estar alcanzando a los chicos y chicas adolescentes, impactando en sus percepciones sobre las conductas de autoexposición sexual digital y de quienes participan de ellas.

Como venimos señalando, nada de esto sucede ni se origina en el vacío. En un contexto en el que Internet es visto como una carrera en sí misma y la posibilidad de “influir” como un objetivo profesional normalizado y deseado, ¿qué es aceptable monetizar en el entorno digital y qué no lo es? ¿El tiempo? ¿Las aficiones? ¿La imagen? ¿El cuerpo? El propio diseño de muchas plataformas digitales, basado en la atención constante, la sobreexposición de la imagen y la intimidad y la venta de la privacidad, contribuye a generar una cultura digital en la que mostrarse se convierte en una forma de capital, sujeto al intercambio y a la monetización.

Por eso, los esfuerzos por concienciar a los y las jóvenes sobre estos riesgos no pueden quedarse únicamente en intervenciones preventivas basadas en la educación digital y sexo-afectiva de la juventud, aunque éstas sigan siendo fundamentales y un derecho de la infancia y la adolescencia: el papel determinante que juegan las plataformas y redes sociales en la difusión y normalización de las prácticas de autoexposición implica que también es imprescindible exigir responsabilidad a las plataformas de intercambio y a las redes sociales, que deben garantizar un entorno digital seguro para la infancia y la adolescencia.

Además, como sociedad y como usuarios del entorno digital debemos asumir la responsabilidad colectiva de transformar los entornos en los que crecen niños, niñas y adolescentes. Estamos construyendo un extraño ecosistema digital marcado por la hipersexualización, en el que conviven la adultificación de la infancia y la infantilización de las mujeres, tendencias muy peligrosas con cuya normalización debemos terminar. Es imprescindible, por tanto, promover cambios en los contextos culturales, mediáticos y sociales, acabando con las causas que facilitan estas prácticas y con las narrativas que contribuyen a normalizarlas.



Edita:
Save the Children España
Noviembre 2025

