



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**CENTRO DE HUMANIDADES**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

**DAVID NOGUEIRA DA COSTA**

**CONTEÚDO ADULTO E MASCULINIDADES EM REDE: UM ESTUDO SOBRE**  
**OS PERFIS +18 DO TWITTER**

**FORTALEZA**

**2022**

DAVID NOGUEIRA DA COSTA

CONTEÚDO ADULTO E MASCULINIDADES EM REDE: UM ESTUDO SOBRE OS  
PERFIS +18 DO TWITTER

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Sociologia. Área de concentração: Diversidades Culturais, Estudos de Gênero e Processos Identitários.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Cristian Saraiva Paiva.

FORTALEZA

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- C871c Costa, David Nogueira da.  
Conteúdo Adulto e Masculinidades em Rede : Um estudo sobre os perfis +18 do Twitter / David Nogueira da Costa. – 2022.  
133 f. : il. color.
- Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Fortaleza, 2022.  
Orientação: Prof. Dr. Antonio Cristian Saraiva Paiva.
1. Twitter. 2. perfis +18. 3. pornografia. 4. conteúdo adulto. 5. masculinidades. I. Título.

CDD 301

---

DAVID NOGUEIRA DA COSTA

CONTEÚDO ADULTO E MASCULINIDADES EM REDE: UM ESTUDO SOBRE OS  
PERFIS +18 DO TWITTER

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Sociologia. Área de concentração: Diversidades Culturais, Estudos de Gênero e Processos Identitários.

Aprovado em: 27/09/2022.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Antônio Cristian Saraiva Paiva (Orientador)

Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Edemilson Paraná

Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Ricardo Augusto de Sabóia Feitosa

Universidade Federal do Pernambuco (UFPE)

---

Profª. Dra. Carolina Parreiras Silva

Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)

## AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Ao Prof. Dr. Antonio Cristian Saraiva Paiva, que desde nosso primeiro encontro manifestou interesse e entusiasmo com as minhas ideias, me encorajou e incentivou em meus momentos mais inquietos e confiou na minha capacidade de fazer este trabalho.

Aos professores Edemilson Paraná, Ricardo Sabóia e Carolina Parreiras, que aceitaram participar da banca examinadora e trouxeram contribuições importantes para esta pesquisa.

Aos meus entrevistados, que toparam participar dessa pesquisa sem hesitar e compartilharam comigo um pouco da história de suas vidas.

Aos meus pais e mães, que no total são quatro. Grace, Rafael, Gerlando e Angeline, obrigado por sempre terem acreditado na minha vontade de aprender e estudar e por terem investido nisso. Eu definitivamente não estaria aqui se não fosse por vocês.

A minha avó, Dona Odete, que nos anos desse mestrado me acolheu em sua casa e fez de tudo para tornar o ambiente o mais adequado possível para as minhas longas horas de leitura e escrita. Foi fundamental, ainda é.

A Thuila, Amanda, Beatriz, tia Carla e Alex, que fazem questão de acompanhar todos os meus passos, mesmo que eu seja tímido demais para ficar falando sobre os estudos.

Ao Lucas, que me acompanha em muita coisa desde que nos conhecemos, que continua torcendo por mim e oferece escuta nos momentos mais difíceis, que não hesita em ler os meus textos e ouvir as minhas ideias mais loucas. Sua amizade é um presente. Obrigado pelas dicas, pelas sugestões, opiniões, leituras, sermões, perrengues e conquistas compartilhadas.

A Virna, que sonhou esse mestrado junto a mim e vibra a cada conquista minha. Ainda leio seus trabalhos até hoje, você é minha inspiração.

Aos meus amigos e colegas pesquisadores, Bruno e Hamilton, que compartilharam comigo momentos de angústia e alegria, dividiram saberes, leituras e muita conversa solta. Vocês são cientistas incríveis.

A todos os meus amigos e amigas, minha segunda família, em especial Albertine, Marisa, Adízio, Paulo, Nicácio, João, Yuri, Henrique, Andreia, Mattheus, Deborah e Lima, que torcem por mim em todos os momentos.

A Ariel e Castro, tudo isso começou com vocês. Obrigado pelas aventuras, descobertas e primeiras vezes. Nossas histórias dariam um filme ou uma série, vocês escolhem.

Aos meus colegas do Núcleo de Pesquisas sobre Sexualidade, Gênero e Subjetividades (NUSS), Mário, Vicente, Tuany, Claudia, Rachel, Thiago, Raquel, Marcelle, Letícia e Daniele, pelo acolhimento desde o primeiro momento em que pisei naquela sala. Descobri um mundo por causa de vocês.

Ao Victor Hugo, pela força dada, por acreditar em mim e na minha pesquisa, pelos livros compartilhados, pelas leituras cuidadosamente feitas e por ter confiado nos meus sonhos mais mirabolantes.

## RESUMO

Esta pesquisa objetiva investigar o fenômeno dos “perfis +18” do Twitter, contas criadas por usuários cuja intenção é utilizar a plataforma para realizar interações afetivas-sexuais e exibir também suas vivências e experiências sexuais através de fotos, textos e vídeos. O foco da pesquisa centra-se em homens que fazem este uso da plataforma para divulgar os seus trabalhos como profissionais do mercado sexual gay. A pesquisa busca compreender como estas interações online alteram e legitimam marcadores sociais, performances de gênero, de sexualidade e corpo na rede e fora dela. Além disso, procura entender também como o funcionamento deste conjunto de perfis é influenciado pelas dinâmicas do capitalismo e seus efeitos, como a produção de corpos e performances que buscam visibilidade e engajamento. A pesquisa é realizada por meio de observações online, a partir de uma conta criada exclusivamente para este fim. As reflexões são escritas em um diário de campo, acompanhadas de prints com análises críticas do conteúdo publicado. Conceitualmente, a pesquisa se ampara nas noções de roteiros sexuais de John Gagnon e William Simon (1986; 2006), de propagandas de gênero de Erving Goffman (1987), de regime farmacopornográfico e tecnologias de gênero de Paul Preciado (2018; 2020) e Teresa de Lauretis (1994) e de transparência de Byung-Chul Han (2015; 2017) para entender como a ordem econômica contemporânea produz capital material e simbólico através de corpos excitados e incitados ao prazer, ao gozo e ao alto desempenho. Também me amparo em estudos de Nick Srnicek (2017), Thomas Poell, David Nieborg e José Van Djick (2020), Peter Golding e Graham Murdock (2002) para entender como o mercado de plataformas digitais produz capital através de dados da nossa vida íntima. Ademais, os estudos de Richard Miskolci (2009; 2013; 2014), Larissa Pelúcio (2017) e Carolina Parreiras (2007; 2008) também são tomados como suportes e guias de como se conduzir uma etnografia em rede, levando em conta as questões éticas, metodológicas e teóricas que surgem em pesquisas dessa natureza.

**Palavras-chave:** Twitter; perfis +18; pornografia; conteúdo adulto; masculinidades.

## ABSTRACT

This research has as objective to investigate the Twitter “+18 profiles” phenomenon, accounts created by users with the intention to use the platform to establish sexual-affective interactions and display their sexual experiences through pictures, texts and videos. The research focus is on men who make this use to publicize their work as professionals of the gay sexual market. The research wants to comprehend how this online interactions change and authorize certain social markers, such as body, sexuality and gender performances on the web and outside of it too. Beyond that, seeks to understand how the operations of this profiles group are influenced by capitalist dynamics and it’s effects and how the productions of bodies and performances looking for visibility and engagement happens. The research is made through online observations, with a specific account created for this purpose. The reflections are written in a field journal, accompanied by prints with critic analyses of the content published on the platform. Conceptually, the research is sustained by the sexual scripts by John Gagnon and William Simon (1986; 2006), the gender advertisements by Erving Goffman (1987), the pharmacopornographic regime and gender technologies by Paul Preciado (2018; 2020) and Teresa de Lauretis (1994) and the transparency society by Byung-Chul Han (2015; 2017) tu understand how the contemporary economic order produces material and symbolic capital through bodies excited and incited to make pleasure, enjoyment and high performances. Furthermore, I’m also supported by Nick Srnicek (2017), Thomas Poell, David Nieborg and José Van Djick (2020), Peter Golding and Graham Murdock (2002) to grasp the inner workings of a digital platforms market that produces capital through data of our most intimate life. Moreover, studies by Richard Miskolci (2009; 2013; 2014), Larissa Pelúcio (2017) and Carolina Parreiras (2007; 2008) serve as references and guides of how to conduct an online ethnography, taking in account the ethic, methodologic and theoretic questions that appear in researches of this nature.

**Keywords:** Twitter; +18 profiles; pornography; adult content; masculinities.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — Topo da página do perfil do pesquisador.....	25
Figura 2 — Abas do perfil.....	27
Figura 3 — Abas de navegação do Twitter.....	28
Figura 4 — Monetização/Espaços Cobrados.....	29
Figura 5 — Caixa para escrever tuítes.....	30
Figura 6 — Ícones de reply, RT e curtir do Twitter.....	31
Figura 7 — Tuíte com mensagem de aviso de conteúdo sensível.....	45
Figura 8 — Voy a sortear 5 free pass en mi cuenta de.....	55
Figura 9 — RT if u wanna be my bottom.....	56
Figura 10 — First time wearing one of these, whatdya think?.....	59
Figura 11 — Marry me, fuck me, kiss me.....	59
Figura 12 — Descrição de um produtor de conteúdo adulto I.....	62
Figura 13 — Descrição de um produtor de conteúdo adulto II.....	62
Figura 14 — Belo maduro tomando banho.....	63
Figura 15 — Senta no pai?.....	71
Figura 16 — Mama o pai?.....	72
Figura 17 — Já serviu o seu macho hoje?.....	73
Figura 18 — Tuíte publicado por Goku Piauiense.....	102

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2 “WHAT’S HAPPENING?”: CONTEXTUALIZANDO O CAMPO E A PESQUISA.....</b>	<b>20</b>
2.1 Login.....	24
2.2 E como se interage no Twitter?.....	29
2.3 Algumas considerações metodológicas.....	31
<b>3 A MONETIZAÇÃO DO DESEJO EM CORPOS-MULTIMÍDIA.....</b>	<b>43</b>
3.1 Conteúdo adulto no Twitter: performances textuais e visuais em rede.....	44
3.1.1 <i>Os roteiros sexuais e as propagandas de gênero.....</i>	<i>49</i>
3.2 Tecnologias de gênero: produção de subjetividades, desejo e prazer.....	64
3.3 Pornotopia, transparência e exposição: capitalismo farmacopornográfico.....	79
3.3.1 <i>Pornotopias do contemporâneo: sexualidade multimídia.....</i>	<i>86</i>
<b>4 NARRATIVAS DOS PRODUTORES DE CONTEÚDO ADULTO.....</b>	<b>91</b>
4.1 Tiago.....	92
4.2 Goku Piauiense.....	102
4.3 Pinky.....	111
LOGOUT (por enquanto).....	121
REFERÊNCIAS.....	126
GLOSSÁRIO.....	132

## 1 INTRODUÇÃO

Olhando em retrospecto, esta pesquisa começou muito antes de 2020, ano em que ingressei na pós-graduação. O objeto de estudos sobre o qual me debruço nesta dissertação fisgou minha atenção tempos antes de eu sequer entrar no mestrado; se instalou em minha cabeça, nos meus pensamentos, na minha curiosidade, em meu corpo em um período pré-pandemia, como um vírus e ficou ali, inoculado em meu sistema, esperando que eu o redescobrisse nos meses seguintes, depois do mundo virar ao avesso.

O objeto ao qual me refiro é um conjunto de "perfis +18", ou contas presentes no Twitter interessadas em publicar material adulto explícito, seja por puro exibicionismo ou para também interagir com outras páginas parecidas, construindo assim uma espécie de sociabilidade sexual-afetiva em rede. A primeira vez que me deparei com estas contas na rede social foi entre 2018 e 2019 e o termo "perfis +18" nasceu na plataforma, à medida que cada vez mais usuários passaram a criar uma página específica e secreta para postar e receber nudes<sup>1</sup>, combinar possíveis transas e conhecer pontos de pegação pelas cidades onde residem.

É evidente, então, que esta pesquisa também fala um pouco sobre mim ou, no mínimo, sobre questões que me são muito caras e me interpelam. Eu, como sujeito que se entende como homossexual e também usuário assíduo do Twitter e de outras redes sociais — uma bicha-internauta-tuiteira —, faço parte deste campo, na medida em que interagi e interajo com contas desse tipo, seja procurando-as, curtindo suas publicações ou apenas consumindo o material audiovisual que elas proporcionam.

Cheguei a conhecer essa rede de perfis por causa de múltiplos desejos — de saber das últimas novidades da rede social, de descobrir o que são esses contas, de acompanhar o fluxo informacional do site, de ver corpos nus, de saber de quem são esses corpos, de satisfazer uma curiosidade intelectual e também um prazer visual. Me percebi afetado pelo campo, atraído pelo conteúdo imagético com o qual me deparei e convocado pela própria lógica de divulgação e ferramentas oferecidas pela plataforma a interagir com as publicações, visitar os perfis e descobrir os diferentes nichos sexuais da comunidade LGBTQ+. Me vi também atravessado por outros questionamentos como, por exemplo, quais são os corpos predominantes nessa enxurrada de perfis +18? Por que publicar imagens tão íntimas e

---

1 Consultar glossário para este e outros termos que escapem à compreensão do leitor ou leitora.

explícitas em uma rede social? Quais modelos de beleza e comportamento sexual estão sendo disseminados aqui?

À época, decidi preservar estes questionamentos para outro momento, talvez para o doutorado. Estava me preparando para a seleção de mestrado e o meu foco de estudos e pesquisa estava direcionado para outro tema em um campo distinto. Pretendia dar seguimento à minha pesquisa de monografia situada na Rommeo Single Hotel, sauna famosa do circuito de entretenimento e lazer gay da cidade de Fortaleza (COSTA, 2018). Especifico "gay" por este espaço proibir a circulação de mulheres ou de pessoas lidas como mulheres dentro dele, restringindo o seu público a homens que transam com outros homens. Já testemunhei também a presença de travestis na sauna Rommeo, mesmo que em momentos muito pontuais e esporádicos.

Na graduação realizei uma experimentação etnográfica na sauna Rommeo e no mestrado tinha a intenção de continuar este exercício não apenas neste espaço, mas também no Cine Arena e no Autorama Cruising Bar, instalações que se situam nos arredores da Rommeo. Estes locais ficam localizados no centro de Fortaleza, zona da cidade que já foi campo de outras pesquisas etnográficas abordando gênero e sexualidade, como os trabalhos de Paiva (2009), Paiva e Teixeira (2009), Santos (2013), Vale (1997) e Vasconcelos (2017). Para a pesquisa de mestrado, a intenção era observar as performances de masculinidade e quais estratégias de pegação<sup>2</sup> eram empregadas nestes locais, construindo um comparativo entre elas e levando em conta recortes de raça, classe e sexualidade.

O projeto de pesquisa original pretendia mapear as dinâmicas e mecanismos sociais praticados nesses lugares, investigar como estas práticas sociais produzem e legitimam identidades, subjetividades e performances do gênero masculino e como esse contexto social pesquisado dialoga com as relações sociais e o mercado LGBT<sup>3</sup> da própria cidade de Fortaleza, entendendo o centro da cidade como um vórtice onde dinâmicas sexuais mais furtivas e clandestinas vão ser empregadas por indivíduos que procuram, à priori, sexo; "um local de vazão dos desejos reprimidos no cotidiano desses sujeitos". Assim, iria retomar dois estudos que também serviram como referências em minha pesquisa para a monografia, a etnografia em clubes masculinos de sexo realizada em São Paulo por Camilo Braz (2010) e a pesquisa de Néstor Perlongher sobre prostituição masculina também em São Paulo (1987).

---

2 Ver nota de rodapé acima.

3 Sigla para Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgêneros.

Entretanto, o projeto não vingou. Em fevereiro de 2020, o primeiro caso de infecção por coronavírus foi confirmado no Brasil, levando vários estados a adotarem medidas para conterem o número de contaminações pelo país. Em 5 de março do mesmo ano, o Ceará decretou o primeiro *lockdown*, regime de isolamento social rígido onde apenas negócios essenciais poderiam funcionar, impedindo a abertura de academias, igrejas e muitos tipos de comércios, principalmente os da área de lazer. Assim, fiquei impossibilitado de sair para fazer o trabalho de campo que a pesquisa demandava. Alguns destes espaços no centro da cidade continuaram funcionando clandestinamente, mas preferi resguardar a minha saúde física e redirecionar o meu caminho na pesquisa da pós-graduação. Alguns meses após isso, me dei conta de que os meus estudos teriam que ser na internet, em um campo online que me permitisse observá-lo e participar dele sem me expor aos riscos da pandemia. Voltei aos meus questionamentos sobre os perfis +18 do Twitter, como que por destino ou coincidência.

Ressalto que, durante este tempo, não estive afastado do Twitter, sendo ele uma das redes sociais que mais uso no dia a dia. Não me distanciei também dos perfis +18; a essa altura já seguia algumas contas e o material explícito delas se misturava às outras informações da minha *timeline*, que passavam de notícias de eventos globais a desabafos cotidianos de amigos próximos.

Durante os meses que se passaram até a decisão de efetivamente estudar isto, o número de pessoas que fizeram esses perfis cresceu continuamente, transformando cada vez mais o Twitter em uma rede social onde é possível expor e compartilhar experiências sexuais outrora íntimas. O advento da pandemia também intensificou isto na medida em que agora diversos sujeitos estavam enclausurados em suas casas, impossibilitados de qualquer contato face a face e podiam com o Twitter dar vazão aos seus desejos e fantasias sexuais e oferecer e sentir prazer, mesmo que virtualmente.

Em março de 2020, alguns meses após o estopim da pandemia, o Pornhub<sup>4</sup> divulgou um aumento de acessos em 24,4% em relação a um dia regular no período pré-pandemia. No Brasil, esse aumento chegou a 28,9% em relação ao que já era.<sup>5</sup> Entre setembro de 2020 e fevereiro de 2021, os canais pagos Playboy TV e Sexy Hot tiveram um aumento na média de tempo assistido de 13,1% e 11,7%, respectivamente; e nos primeiros dois meses de 2021, o site do canal Sexy Hot teve um aumento de 33% nos acessos em relação ao mesmo período de

---

4 Um dos canais de pornografia mais acessados no mundo inteiro.

5 O GLOBO. Coronavírus: consumo de pornografia aumenta durante a quarentena. E é urgente falar sobre isso. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/celina/coronavirus-consumo-de-pornografia-aumenta-durante-quarentena-e-urgente-falar-sobre-isso-24426570>>

2020. Nos aplicativos as mudanças também foram notadas; em 2020, o Hppn<sup>6</sup> teve um aumento de 19% no número de inscrições (cerca de 3,6 milhões de pessoas) e o Tinder<sup>7</sup> registrou um aumento de 11% em seu tempo médio de uso.<sup>8</sup>

Aqui, cabe falar também de dois acontecimentos que precederam a pandemia, mas também contribuíram para o crescimento dos perfis +18: a proibição de pornografia no Tumblr e a expansão do Only Fans. Dois casos que, à primeira vista, parecem isolados de si, mas estão interligados. Em dezembro de 2018, o Tumblr proibiu a publicação de conteúdo pornográfico, afugentando vários trabalhadores sexuais que o utilizavam para divulgar seus trabalhos. Por outro lado, o Only Fans, um site de conteúdo pago e exclusivo criado em 2016, entrou em ritmo de crescimento, chegando a arrecadar 2,4 bilhões de dólares só dos seus usuários em 2020.

Concomitantemente, o número de perfis +18 do Twitter começaram a aparecer cada vez mais, seja pelo aumento real da criação dessas contas ou por uma demanda por visibilidade que colocava, pouco a pouco, a intimidade e a privacidade dos corpos nus e do sexo para escanteio. Sendo assim, precisei realizar uma triagem quando decidi que este campo seria o meu novo objeto de estudos. Primeiro porque estava diante de uma quantidade absurda de perfis do tipo e uma quase infinita de material adulto e explícito que pipocava em minha *timeline* todos os dias.

Segundo porque estava defronte também a uma variedade enorme de usos por esses perfis. Apesar dessas contas terem como característica em comum a publicação de conteúdo explícito, adulto, pornográfico e erótico, os sujeitos que realizam isto o fazem por motivações distintas. Como dito antes, há pessoas que estão ali por exibicionismo, para consumir pornografia, para interagir sexo-virtualmente com outras pessoas, para conhecer indivíduos que compartilham dos mesmos desejos e fantasias, para descobrir pontos clandestinos de sexo e pegação pelas cidades, para marcar transas, para trabalhar, etc. Fato é que não podia simplesmente pesquisar perfis +18, por assim dizer, pois estaria abrangendo uma infinidade de usos distintos que implicam em maneiras também distintas de manejar a plataforma e se expôr nela.

---

6 Aplicativo de geolocalização que mostra as pessoas que passaram pelo seu caminho durante o dia. Nele, é possível trocar curtidas e mensagens.

7 Outro aplicativo de geolocalização que mostra quem são as pessoas disponíveis para curtir e conversar em um raio de quilômetros definido pelo próprio usuário.

8 O GLOBO. Pandemia provoca revolução sexual com maior uso de aplicativos e consumo de pornografia. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/pandemia-provoca-revolucao-sexual-com-maior-uso-de-aplicativos-consumo-de-pornografia-25058896>>.

Ciente da expansão e disseminação do Only Fans (é o link que mais aparece nos perfis observados), comecei a prestar uma atenção cada vez maior aos perfis que divulgam trabalhos audiovisuais pornográficos de profissionais amadores. Foi neste momento em que, provavelmente, realizei o primeiro recorte da pesquisa, direcionando o foco para os sujeitos que estão ali por **trabalho**, que utilizam a rede social com intenções de retorno financeiro. Desse modo, passei a ativamente observar contas que funcionam como vitrines, divulgando conteúdos exclusivos e pagos que podem ser encontrados não só no Only Fans, mas também no Just For Fans, Cam4, Patreon, dentre outros<sup>9</sup>.

Realizei também recortes de **gênero** e **lugar**, restringindo os sujeitos da pesquisa a homens cis que residem no Brasil. O primeiro se deu para tentar entender quais padrões de performance masculina estavam sendo engendrados em campo, como essas performances são construídas em rede e suas implicações nas subjetividades dos sujeitos. O segundo aconteceu por razões de logística, para tentar filtrar ainda mais o conteúdo que eu acessava todos os dias. Devo, entretanto, frisar que isso não impediu que conteúdo estrangeiro chegasse à minha *timeline* e fizesse parte das minhas observações e análises.

Portanto, delimito o meu objeto de estudos aos homens que produzem e divulgam conteúdo adulto, explícito e pornográfico na internet como forma de trabalho, entendendo o Twitter e os perfis +18 como interfaces de disseminação desse material, verdadeiras vitrines virtuais. Busco entender quais mecanismos são utilizados por estes sujeitos na construção de um corpo ou uma performance que busca por visibilidade e como a sociabilidade observada neste espaço pode operar também como relações de consumo.

Ademais, procuro compreender como a construção e disseminação desses corpos e performances produzem novas relações desses sujeitos com a própria subjetividade e com a forma como entendem gênero e sexualidade. Desejo analisar também a forma como este trabalho do mercado sexual se relaciona a uma esfera maior e mais abrangente do capitalismo contemporâneo vigente na sociedade atual.

Recorro às noções de tecnogênero de Preciado (2018) e das tecnologias de gênero de Lauretis (1987) para compreender gênero como o resultado de um conjunto de técnicas operacionalizados por indivíduos e sociedade, uma construção social e subjetiva incorporada em nossas consciências e corpos através de performances, marcadores e discursos. Para tanto,

---

9 Outros sites de conteúdo exclusivo e pago para assinantes, sem necessariamente estar relacionado a pornografia. O Cam4 especificamente é uma plataforma de exibição por vídeos ao vivo, onde é possível assinar ou dar gorjetas para acessar determinado conteúdo.

entendo o corpo aqui como uma interface viva e tecno-orgânica, uma entidade multimídia que utiliza códigos, técnicas e a própria linguagem para produzir sentidos e subjetividades. Aqui, faço um paralelo com o conceito de corpomídia de Christine Greiner e Helena Katz (2006).

Para entender como se dá a construção das performances e das sociabilidades observadas em campo, e do próprio corpo que é fabricado para atrair visibilidade, me amparo nos roteiros sexuais de John Gagnon e William Simon (1986) e nas propagandas de gênero de Erving Goffman (1987), entendendo a performance da sexualidade e os próprios comportamentos sexuais não como coisas dadas pela natureza, mas como processos em construção que dependem de culturas locais e globais, de desejos e motivações próprias de cada indivíduo e das relações que ocorrem entre estes sujeitos. Utilizo ainda o pensamento hétero de Monique Wittig (1980) para compreendermos como a lógica heterossexual se infiltra em nossos imaginários privados e coletivos, dando a falsa impressão de que ela é hegemônica, padrão e natural.

Utilizo, mais uma vez, Preciado e também Byung-Chul Han (2017) para compreender como o capitalismo contemporâneo cria uma ordem econômica que rege determinados corpos e comportamentos, produz subjetividades, modos de se entender como indivíduo e de se relacionar com os outros. Procuro analisar como o sexo e a sexualidade se tornam forças de trabalho na sociedade atual, em conjunto com outras tecnologias advindas das indústrias, do comércio e da comunicação/mídias. Para complementar, recorro a estudos sobre plataformas, análise de dados e mercados digitais de Nick Srnicek (2017), Peter Golding e Graham Murdock (2002) e Thomas Poell, David Nieborg e José Van Djick (2020) para compreender como o capitalismo atual se molda de modo a se imbricar em nossas vidas através de aparatos tecnológicos e mídias sociais, produzindo capital, transformando relações sociais e incitando afeto, prazer e desejo.

Acredito que estes processos participam ativamente da produção de um indivíduo moderno, múltiplo e descentralizado, diferente da concepção tradicional de sujeito com subjetividade fixa, definida e imutável. Aqui, consigo fazer diálogos com Anthony Giddens (2002) no que concerne à própria relação que o indivíduo moderno tem consigo e com os outros. Giddens afirma que “o eu é visto como um projeto reflexivo” (p. 74), ou seja, o indivíduo da modernidade está em constante movimento de reflexividade, sempre se auto-interrogando sobre as múltiplas possibilidades de melhoria que ele pode empreender para mudar a si mesmo. Parto, portanto, da aceção de que os sujeitos observados nesta pesquisa



estão em uma atividade contínua de transformação de si, imperativo do capitalismo contemporâneo que utiliza esses corpos como vetores de produção material e simbólica.

Passando para os aspectos metodológicos e instrumentais de minha pesquisa, afirmo que assumi uma postura de participação passiva em campo. Mais do que simplesmente observar, ou seja, realizar "observação participante" no espaço eleito como lócus da pesquisa, me pus como um sujeito que utilizou as ferramentas oferecidas pela plataforma para engajar e interagir com os sujeitos da pesquisa mesmo que de forma indireta. O RT ou retweet, por exemplo, é um recurso do Twitter que permite compartilhar conteúdo de outros usuários, tornando estas publicações visíveis para diversos internautas que não se seguem entre si. Sendo assim, foi um dos dispositivos que mais aproveitei durante a pesquisa, pois me permitiu acessar diferentes contas, conteúdos e hashtags a partir dos usuários que eu já seguia.

Em minha conta — criada especificamente para esta pesquisa — sigo 26 internautas de localidades diferentes do Brasil, todos homens. Com o RT, entretanto, pude acessar e observar conteúdos de dezenas de outros usuários que não sigo, de locais diferentes no Brasil e até no mundo. Porém, o retweet pode se mostrar uma faca de dois gumes, na medida em que disponibiliza uma quantidade volumosa e quase absurda de conteúdo para ser observado. Sendo assim, compreendi que jamais conseguiria contemplar um universo tão grande de internautas (por isso segui apenas 26 contas), mas poderia fazer um recorte com alguns e, a partir disso, explorar os seus RTs e, por consequência, os engajamentos entre os próprios usuários. É por esta perspectiva de engajamento, de entender que estes usuários estão em relação e constituem uma ou várias redes, por assim dizer, que a pesquisa se encaminha.

Dessa maneira, entendo a rede (ou redes) de negócios de conteúdo adulto masculino presente no Twitter como parte das múltiplas realidades que vivemos ou, nas palavras de Alfred Schutz, como uma província finita de significados. Para Schutz (2019), vivemos todos em uma espécie de realidade compartilhada onde apreendemos as experiências dos outros através da comunicação e performamos atos operacionais que nos auxiliam a alcançar determinados objetivos. Nesta realidade, experimentamos e interpretamos o mundo a partir de um "estoque de experiências" anteriores comunicadas a nós por parentes, professores e outras pessoas com quem nos relacionamos. Enfrentamos esse "mundo da vida cotidiana" com uma "atitude natural", como se tudo que existisse nele já estivesse concebido, definido e muito bem delimitado por nós e outras pessoas. Nesse mundo, por exemplo, partilhamos da mesma ideia de tempo e nos comunicamos por uma linguagem acordada por vários indivíduos. O que

organiza este mundo são os atos operacionais, ações feitas por nós com o objetivo de efetivamente alterar, influenciar, transformar ou corroborar o que já existe no mundo da vida cotidiana.

Esse mundo operacional acaba se destacando para nós como uma realidade primordial e natural, porém existem muitos outros subuniversos em relação a este da vida cotidiana. Como, por exemplo, o universo dos sonhos, das imagens, das ciências, dentre outros. Nestes núcleos, a forma como interpretamos as experiências são de outra ordem, possuem outra linguagem que talvez não seja tão compatível com a do mundo da vida cotidiana. Por isso, Schutz chama estes nichos de províncias finitas de significado, porque o que vai defini-las não são suas estruturas, mas sim os significados que conferimos às experiências vividas e encontradas nelas. (2019, p. 28)

Sendo assim, entendo a rede de produtores de conteúdo adulto que se divulgam no Twitter como um universo de significados próprios, com uma linguagem e lógica de utilização da plataforma definida por eles, mesmo que de forma não oficial. Esse universo, é claro, não está totalmente apartado do mundo da vida cotidiana e interseções podem ser feita entre ambos, chamadas por Schutz de "enclaves" (SCHUTZ, idem, p. 37-38). Essa província finita de significados vai, em alguns momentos, chocar-se com a província de significados do mundo da economia ou com a província que diz mais respeito à maneira como entendemos e performamos nossos gêneros e sexualidades.

Mais acima mencionei que as ciências constituem uma província própria de significados e Schutz afirma que este é o mundo da contemplação teórica, onde os teóricos/cientistas/pesquisadores apreendem os objetos do mundo como objetos teóricos e, portanto, não possuem o interesse imediato de agir sobre estes objetos. O mundo das ciências não é, portanto, um mundo de atitudes operacionais, mas de atitudes teóricas e, dessa maneira, não se encontra em semelhança com o mundo operacional da vida cotidiana. O filósofo chega ainda a argumentar que o *self* do teórico no mundo das ciências não é o mesmo do mundo operacional, cuja atenção está quase totalmente voltada para a execução de atos performativos operacionais. O teórico está "meio suspenso" no mundo, com o foco direcionado para a contemplação de problemas científicos subjetivos, importantes apenas para ele naquele momento. Como pode, então, o teórico estar desconectado da vida cotidiana ao mesmo tempo em que a toma como objeto de estudo? (idem, p. 38)

Schutz (2019, p. 44-45) levanta alguns pontos a este respeito, a saber: 1) o pesquisador utiliza um conjunto pré-constituído de saberes e experiências transmitidas para ele por outros pesquisadores; 2) o pesquisador utiliza também um estoque de suas próprias experiências e do que apreendeu das experiências vividas por outras pessoas na vida cotidiana; 3) o pesquisador deve desenvolver um dispositivo onde poderá construir uma espécie de "espelho" destas experiências, que não serão mais semelhantes, mas sim modelos delas. Schutz chama isso de "método das ciências sociais" e 4) para comunicar seu pensamento, o pesquisador deve retornar ao mundo da vida cotidiana e retomar o ato operacional da comunicação, dispositivo por onde será possível compartilhar as experiências teóricas com as experiências do mundo operacional.

Portanto, me encontro numa espécie de enclave entre três universos: o do mundo "natural" e cotidiano conhecido por todos nós, o da rede de produção e divulgação de conteúdo adulto que existe no Twitter e o das ciências sociais, onde tomo esta rede como objeto de estudos e desenvolvo métodos que me ajudarão a compreendê-la.

Me apoio, então, nas reflexões de Carolina Parreiras (2008), Larissa Pelúcio (2017) e Richard Miskolci (2013) sobre como fazer pesquisa etnográfica em campos situados na internet, espaço onde gênero, sexualidade e desejo também entram em jogo para mediar as relações entre os sujeitos situados nela. Com estes trabalhos, entendo que a internet (as redes sociais, os sites, os aplicativos móveis) são zonas onde estes indivíduos encontram uma liberdade maior para performarem desejos e condutas sexuais que não encontram oportunidades de vazão na vida "offline". Mesmo assim, compreendo também que estes ambientes não são mutuamente excludentes e que as ações realizadas em um dialogam e inter cruzam com as condutas feitas em outro. Portanto, não apenas participar do campo e fazer o uso da plataforma, mas também interagir com esses sujeitos, observá-los e, eventualmente, se comunicar com eles formam pontos importantes da pesquisa.

Para além disso, produzi também um diário de campo onde registrei a maior parte das minhas visitas a campo a partir de novembro de 2020. Nelas, descrevo o que foi observado e faço considerações analíticas a respeito; algumas breves, outras mais longas. No diário há também prints das publicações que mais chamaram a minha atenção, servindo também como fonte de dados e análises para a escrita dessa dissertação. A junção entre texto e imagem neste diário se mostrou muito frutífera, uma vez que me permitiu revisitar fotos para refazer algumas análises e considerar perspectivas antes não vistas.

Para preservar a identidade dos sujeitos que foram observados e analisados durante o processo da pesquisa, optei por tirar dos prints informações textuais ou visuais que pudessem identificá-los. Dessa maneira, as figuras que compõem essa dissertação não mostram os nomes de usuário ou rostos dos internautas que produziram as publicações; exceto pelos perfis em que o rosto do usuário nunca aparece ou cujos *usernames* não revelam seus nomes oficiais. Assim, em figuras que foram cortadas para proteger a privacidade destas pessoas, tomo o cuidado de fazer uma descrição mais detalhada e precisa do print que está sendo apresentado.

Pontuadas as questões teóricas e metodológicas referentes à pesquisa, passo agora à descrição da estrutura do trabalho escrito. No primeiro capítulo, intitulado “What’s Happening: Contextualizando o campo e a pesquisa”, faço uma descrição do Twitter e do seu funcionamento. Explico suas principais abas, seções e ferramentas. Em um tópico separado, faço um detalhamento das possibilidades ou estratégias de interação do próprio Twitter, as ferramentas disponibilizadas pelo site que proporcionam o contato mais direto entre os internautas e as publicações, como o RT, o *like*, a *reply* e as DMs. Realizo isto pois sei que não se trata de uma rede social utilizada por todos e considero a compreensão dos seus mecanismos importante para o entendimento da própria pesquisa.

Neste mesmo capítulo explico de modo mais esmiuçado a forma como cheguei a este campo, como delimito o meu objeto de estudos e as escolhas metodológicas que fizeram parte desse processo. Relato também sobre a confecção do diário de campo, o processo de observação online e de análise dos prints tirados durante as visitas ao Twitter.

O segundo capítulo trata mais especificamente das análises e considerações feitas em campo, baseadas no diário. Utilizo os roteiros sexuais para compreender as principais estratégias de divulgação empregadas por esses sujeitos; técnicas corporais, imagéticas e textuais cujo objetivo é atrair visibilidade para esses corpos e gerar engajamento em suas páginas online. Faço também uma análise sobre o regime farmacopornográfico que, através da incitação do prazer nesses corpos, produz subjetividades e formas de consciência coletiva na sociedade moderna.

Termino essa parte com algumas considerações sobre o peso da indústria pornográfica e do mercado sexual no capitalismo contemporâneo, entendendo ambos como grandes forças da ordem econômica atual, produzindo tanto material físico e simbólico, como também

sujeitos e subjetividades. Aqui, faço paralelos entre as concepções de indivíduo, corpo e sociedade de Byung-Chul Han e de pornotopia de Paul Preciado.

O terceiro e último capítulo conta com as entrevistas realizadas com três sujeitos da pesquisa. A escolha pelo diálogo com produtores de conteúdo adulto se deu justamente para entender o modo como estes homens usam o Twitter e trabalham nele, as estratégias que utilizam para atrair a atenção de outros internautas, incluindo técnicas corporais, audiovisuais e textuais. Assim, me aproximo da ideia de entrevistas narrativas, técnica de pesquisa qualitativa primeiramente proposta por Fritz Schütze onde o entrevistador realiza uma conversa com o entrevistado (aqui chamado de "informante") e dá especial atenção aos eventos que ele narra e a forma como conta uma história. Aqui, a narração é entendida como uma rica fonte de dados por se referir à uma experiência pessoal e conter importantes detalhes sobre dada experiência. Além disso, a narração sempre parte de uma perspectiva pessoal e muito subjetiva da pessoa que conta, constituindo um enredo sobre a realidade do narrador e da sua subjetividade. (BAUER; JOVCHELOVICH, 2002, p. 91-92)

Nestas entrevistas procurei traçar, juntamente com os indivíduos, um percurso biográfico de suas trajetórias como profissionais do sexo, destacando o porquê escolheram essa carreira, como chegaram ao Twitter, como se comportam em rede, como são suas relações com o site e com os seus trabalhos atualmente.

Como dito anteriormente, esta pesquisa se iniciou muito antes da minha entrada no mestrado, quando o objeto de estudos nem estava completamente definido. A construção dele e de sua problemática, as escolhas metodológicas e conceituais e a fabricação dessa pesquisa como um tudo, e sua escrita também, se deram em fluxo, ora improvisados, ora bem delimitados. Mas, como em qualquer pesquisa, tive que inventar estratégias e usar da criatividade para abraçar um campo que está em constante movimento, sempre se atualizando. Na internet não há pontos de entrada e saída bem definidos; eu mesmo não sei por onde entrei nesse campo, mas sei que há mais de dois anos venho construindo um caminho possível dentro e fora de rede, que será agora compartilhado por meio dessa escrita.

## **2 "WHAT'S HAPPENING?": CONTEXTUALIZANDO O CAMPO E A PESQUISA**

O Twitter é uma rede social muito vasta. Inclui milhares de internautas interagindo entre si, trocando mensagens e conversando sobre os mais diversos assuntos, que vão de

matérias da vida privada e íntima de cada um a questões globais, sobre eventos acontecendo no mundo inteiro, passando pelas esferas política, cultural e econômica. Pode-se dizer que a rede social é um grande espaço aberto de discussão e sociabilidade. O fato deste ambiente ser virtual e das suas interações se darem nele e serem, por assim dizer, também virtuais não os tornam menos "sociais" ou menos reais ou menos concretos. Muito pelo contrário, essa constatação abre uma gama de possibilidades de contato, uma multiplicidade de diálogos e trocas dignas de serem analisadas.

Temos aqui uma variedade quase infinita de pessoas acessando diariamente esta plataforma, comunicando-se com outras centenas de indivíduos, consumindo e publicando textos, imagens e vídeos; se informando sobre o mundo, celebridades, políticos, artistas e amigos próximos. Pesquisas recentes mostram que o site possui cerca de 262 milhões de usuários ativos por mês<sup>10</sup>, com 46% acessando a rede diariamente e 66% pelo menos uma vez na semana<sup>11</sup>. O número oficial de contas na plataforma já passa de 1 bilhão<sup>12</sup>.

Outros dados estatísticos informam que pelo menos 74% dos usuários estadunidenses acessam o Twitter para se informar e que 24,6% das contas com selo de verificadas são de internautas jornalistas, o que nos leva a crer que passado os anos desde a sua criação em 2009, a maioria das pessoas ainda utilizam a rede social como um meio para se obter informações e notícias de maneira prática, rápida e acessível. O fato de que, atualmente, 80% das pessoas conectam-se ao site pelos dispositivos móveis talvez seja mais um indicativo de que a plataforma se adequa bem ao consumo cada vez mais rápido de informações, característico da sociedade contemporânea, dada a sua facilidade em ser acessada e utilizada.

Estes são apenas alguns levantamentos feitos sobre o site. A diversidade de maneiras de como a plataforma é usada é tão grande quanto a variedade de pessoas que logam na rede social, e depende delas, obviamente. O Twitter foi criado para funcionar como uma espécie de blog, expondo relatos e curiosidades sobre o dia a dia das pessoas. Sendo uma rede social, portanto, ele se torna o que as pessoas fazem dele; é construído pela maneira como as pessoas o acessam e usam.

---

10 ZEPHORIA. Top Twitter Statistics. Disponível em: <<https://zephoria.com/twitter-statistics-top-ten/>>. Acesso em: 27 ago. 2021.

11 KINSTA. Estatísticas e Fatos do Twitter Sobre a Nossa Rede Favorita (2021). Disponível em: <<https://kinsta.com/pt/blog/estatisticas-e-fatos-do-twitter/>>. Acesso em: 27 ago. 2021.

12 ADSCODE. Infographic: Twitter Stats and Facts 2018. Disponível em: <<https://adscod.com/social-media/twitter-stats-and-facts-infographic/>>. Acesso em: 27 ago. 2021.

Em minha pesquisa, um dos principais componentes analisados é o "tweet" ou "tuíte", a publicação ou *post* próprio do Twitter. O tuíte é a peça principal dessa rede social, sendo ele também o que a diferencia e a destaca dentre as outras que existem na internet. No Facebook, podemos escrever textos curtos ou longos, anexar fotos, vídeos e gifs, incorporar links para outros sites e até arquivos em formatos como o PDF e o Word. No Instagram também podemos escrever, mas esse texto sempre vai acompanhado de um recurso visual — foto ou vídeo — que é a principal característica desta rede social.

No Twitter, fotos e vídeos também podem ser compartilhados, assim como links para sites externos; a diferença aqui fica por conta da limitação que a plataforma oferece, e por ela mesma ser a marca característica desta rede social. Desde seu início, o Twitter limita o número de caracteres em uma publicação a 140, não podendo as frases escritas serem maiores do que isso. Isso dialoga com a proposta do site de funcionar como um microblog pessoal e simples para seus usuários, um espaço onde possam comentar sobre o seu dia ou sobre o que estão fazendo de maneira descomplicada, direta e segura. Segundo um de seus fundadores e CEO, Jack Dorsey, a escolha do nome "Twitter" se deu justamente pelo seu significado, que dialoga com a proposta do site: "uma pequena explosão de informações inconsequentes".<sup>13</sup>

O tuíte seria, então, essa pequena explosão de informações que ocorre sempre que alguém o publica e o espalha, tanto pela rede social, quanto por outros sites. O tuíte tem que ser direto, rápido e simples. Seu objetivo é ser lançado neste ar virtual para tomar voo internet afora, atingindo inúmeras pessoas e mundos diferentes. Não é a toa que "twitter" signifique também "gorjeios de pássaros" e que o símbolo e logo da plataforma sejam a imagem de um passarinho, pois é isso que a rede social sugere: que nossas informações criem asas e voem pelos cabos de fibra óptica, pelas telas dos celulares e computadores, pelas ondas e sinais de internet que inundam nossas casas, locais de trabalho e outros ambientes que frequentamos.

Ao longo do tempo, a plataforma e o próprio ato de publicar nela — de fazer um *tweet* — ficaram tão populares que o verbo "*to tweet*" foi incluído no dicionário Oxford, definindo a ação como "enviar uma mensagem ou imagem usando o serviço de mídia social do Twitter".<sup>14</sup> Em 2010, o dicionário Aurélio incluiu sua versão "abrasileirada" do verbo, o adaptando para "tuíte" ou "tuitar". Nós ganhamos até possibilidades de conjugação, como "eu tuito", "tu

---

13 LOS ANGELES TIMES. Twitter creator Jack Dorsey illuminates the site's founding document. Part I. <<https://latimesblogs.latimes.com/technology/2009/02/twitter-creator.html>>. Acesso em: 9 de agosto de 2021.

14 LOS ANGELES TIMES. 'Tweet' is now an official word in the Oxford English Dictionary. Disponível em: <<https://www.latimes.com/business/technology/la-fi-tn-tweet-oxford-dictionary-20130617-story.html>>. Acesso em: 6 ago. 2021.

tuitas", "nós tuitamos", etc.<sup>15</sup> Ou seja, a rede social se imbricou tanto em nossas vidas, que criamos novos verbos para nomear ações que, pouco a pouco, se tornaram parte do nosso cotidiano.

Este processo acompanhou a própria evolução do site e a sua influência ao redor do mundo, quando os Tweets passaram de meros relatos do cotidiano de pessoas comuns a pedaços de informações importantes sobre eventos mundiais relacionados à política, cultura, economia, religião e outras questões. Em determinado momento, tuitar ou fazer um tuíte deixou de ser um simples comentário ou desabafo sobre o dia a dia, para se tornar uma opinião a respeito de um assunto mais sério, um posicionamento oficial de alguma entidade ou pessoa importante, uma manchete sobre algum evento do outro lado do mundo, uma ferramenta de mobilização civil e política em manifestações e protestos, etc. Fato é que os usos da plataforma e, conseqüentemente, as formas de tuitar se expandiram e mudaram, ganharam outras possibilidades e se adaptaram de acordo com o uso que cada pessoa, grupo ou comunidade faz.

Por isso, o tuíte — a partir de agora usarei a versão brasileira do termo e do verbo — é um dos principais componentes de análise desta pesquisa, por ele ser usado de maneiras distintas em um molde/formato que não muda desde sua criação e por ele funcionar também como via de acesso para outros tuítes e, conseqüentemente, outras contas, perfis, pessoas e comunidades.

Temos sondagens sobre o número de usuários que procuram notícias no site, sobre a quantidade de acessos semanais e mensais e até sobre a porcentagem de internautas que nunca enviaram um tuíte sequer — cerca de 44%<sup>16</sup>. Mas quantas pessoas entram no site com o intuito principal de se exibir por fotos explícitas e não explícitas? Quantas pessoas fazem login para consumir pornografia? E quantas outras entram para divulgar seus trabalhos em pornografia?

A minha intenção neste capítulo não é responder a estas perguntas, até porque isso seria impossível. Quero, no entanto, trazer uma contextualização sobre a plataforma, explicar como ela funciona, descrever suas ferramentas e design. Considero isso importante pois o próprio layout da rede social condiciona algumas formas de uso, enquanto abre possibilidades

15 TECNOBLOG. Nova edição do dicionário Aurélio adiciona verbo tuitar. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/39712/nova-edicao-do-dicionario-aurelio-adiciona-verbo-tuitar/>>. Acesso em: 6 ago. 2021.

16 SLASHGEAR. Metrics suggests 44% of Twitter users never tweet. Disponível em: <<https://www.slashgear.com/metrics-suggest-44-of-twitter-uses-never-tweet-14325098/>>. Acesso em: 27 ago. 2021.



para inúmeras outras. A descrição desta conjuntura vem para entendermos como o Twitter funciona de fato, antes de partirmos para a rede dos perfis +18 onde os sujeitos da pesquisa efetivamente atuam.

## 2.1 Login

Para começo de conversa, é preciso explicar antes como funciona o Twitter, suas ferramentas, engrenagens e funcionalidades. Inaugurado em março de 2006, o site já passou por várias reformulações no seu design, ora incluindo ou excluindo dispositivos e mecanismos próprios da plataforma. A ideia inicial e principal do site permanece: ser uma espécie de microblog pessoal para cada usuário que incita o sujeito a interagir na rede a partir da seguinte pergunta: O que está acontecendo? A questão lançada pede uma resposta sucinta, de apenas 280 caracteres, aspecto que mudou em 2017 após anos de insatisfação dos usuários com a configuração inicial que permitia publicações de apenas 140 caracteres.

Para se cadastrar no Twitter é necessário um endereço de e-mail válido ou um número de telefone. O processo é relativamente simples; logo no início, o site pede apenas o nome e data de nascimento da pessoa, além das outras informações citadas anteriormente. O passo seguinte é a criação de um *username* ou "nome de usuário", uma identificação no Twitter que sempre vem acompanhada de um "@".

Aqui, acho importante apontar que o "nome" e o "nome de usuário" no Twitter são coisas diferentes. O último funciona como o seu endereço na plataforma, é a informação que você dá para as pessoas te encontrarem no site. O primeiro seria o nome oficial da pessoa ou da conta, uma espécie de título para o perfil criado. Estes usos no entanto mudam de pessoa para pessoa e é bastante comum encontrar perfis onde o nome próprio do sujeito está no seu "nome de usuário", enquanto no nome do perfil é possível ver apelidos, características físicas, frases de memes, de músicas, de filmes, nomes de personagens e por aí vai. Para fins estratégicos e práticos, aqui utilizarei "nome" quando me referir ao nome que a plataforma pede, geralmente aludindo a nomes próprios e oficiais, e "*username*" quando me referir ao nome de usuário, o "endereço" da conta que vem acompanhado de uma arroba (@).

Ainda no que tange a construção do perfil, o Twitter disponibiliza os espaços da "bio" e do "website". No primeiro, é pedido que o usuário adicione uma pequena biografia sua, uma descrição do seu perfil. O segundo permite a incorporação de um link para outro site externo,

de preferência e escolha do dono da conta. Como veremos no decorrer da pesquisa, estes dois espaços dialogam entre si, geralmente sendo um complemento do outro. A bio quase nunca é uma biografia de fato do sujeito em questão, funcionando na maior parte dos casos como um setor de descrição de características do sujeito, sejam elas físicas, psicológicas ou emocionais. Funciona também como espaço de divulgação e visibilidade, mas isso veremos melhor mais a frente.

O site permite também que sejam adicionados ao perfil a localização do usuário e a sua data de nascimento, tendo esta a possibilidade de ficar oculta para outras pessoas que acessem a conta do sujeito. Por fim, a plataforma oferece dois espaços para imagens, na foto de perfil e na foto de capa. A primeira é a imagem de apresentação da conta, a que vai aparecer quando este perfil for buscado dentro do site. Ela fica em formato redondo e, no perfil, aparece logo acima do nome e do *username* da conta. Quando esta foto é atualizada, é sugerido pelo Twitter que ela seja compartilhada também como um tuíte, acompanhada da *hashtag* #NovaFotoDoPerfil; a escolha fica a cargo do usuário.

A segunda imagem aparece apenas dentro da conta e fica logo acima da foto de perfil, em formato retangular. Aqui, ressalto mais uma vez que os usos destas funcionalidades mudam de usuário para usuário; algumas vezes, a foto de perfil não mostra necessariamente o sujeito por trás daquela conta, outras vezes, a foto de capa nem é utilizada, aparecendo apenas um espaço cinzento sobre o perfil da pessoa.

Figura 1 — Topo da página de perfil do pesquisador



Uma vez cadastrado e com o perfil criado, o usuário está livre para interagir no site, tuitando, retuitando, conversando com outras pessoas, publicando fotos, vídeos e gifs. Como dito anteriormente, o Twitter te pergunta "O que está acontecendo?" e oferece uma caixa para escrever o que você quiser, contanto que não passe dos 280 caracteres. Além disso, é possível também adicionar mídias — sejam elas imagens, vídeos ou gifs —, enquetes e *emojis* e é possível também programar o tuíte, escolhendo uma hora específica para ele ser publicado na plataforma.

Depois de publicado, o tuíte vai para a sua linha do tempo ou *timeline*, como é mais comumente chamada dentro do site. A *timeline* abriga todas as publicações das contas que você segue, mas não só isso, apresenta também os retuítes, as curtidas e as outras formas de interação possíveis dentro da rede social. A *timeline* é um dos principais espaços de interação e observação dentro do site, sendo sempre atualizada com conteúdo novo, quer queira o usuário ou não. Isso porque a *timeline* atualiza-se sozinha, sempre carregando tuítes novos à medida que eles são publicados, propagados por meio de retuítes ou fisgados pelos algoritmos<sup>17</sup> da plataforma.

Aqui, cabe trazer algumas considerações sobre a própria história da *timeline* do Twitter. Pensada para exibir os tuítes de forma cronológica desde seu começo, o site alterou isso em 2016 quando passou a exibir os "tuítes mais importantes" ou os "melhores tuítes"<sup>18</sup> na *timeline*, um conjunto de publicações capturadas pelo algoritmo de acordo com as preferências de cada usuário (pessoas com quem interage, temas e conteúdos que mais acessa, etc.). Assim, ela passou a mostrar, além dos tuítes, também curtidas e retuítes com bastante engajamento, todos sob a premissa de serem adequados e recomendados para o usuário que as vê. O aspecto cronológico da *timeline* foi posto de lado, visto que a partir de então, muito do conteúdo que aparecia poderia ter sido publicado em outro horário ou até dia.

Em 2018, isto mudou mais uma vez. Após muitas reclamações de parte dos usuários, a plataforma voltou com a *timeline* em modo cronológico, dando ambas as opções para os internautas. Agora, na barra superior da rede (tanto no site, quanto no aplicativo) é possível ver o símbolo de uma estrela, que quando clicada, exhibe as possibilidades de "ver os tweets mais recentes" ou "ver os tweets em destaque".

---

17 Os algoritmos são programas de software criados com o intuito de angariar determinados dados encontrados em sites para objetivos específicos. Em redes sociais, por exemplo, os algoritmos coletam informações sobre o perfil e as atividades das pessoas, como curtidas, comentários, visualizações, compras, dentre outras coisas, para oferecer a elas sugestões do que ver, consumir e descobrir na internet, seja através de anúncios ou não.

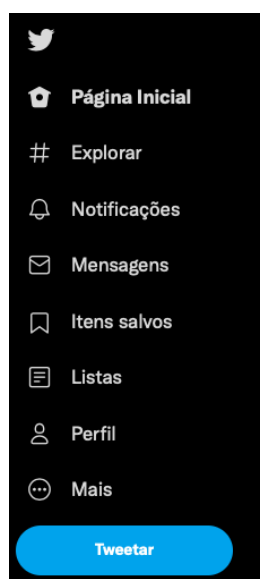
18 Nomenclatura retirada do próprio site.

Na seção das preferências, o usuário pode ativar ou não a "personalização de dados", uma ferramenta que, a partir das experiências e atividades realizadas pelo internauta na rede, cria conteúdos específicos e recomendados para ele e personaliza anúncios. Com esta ferramenta, o Twitter pode também acessar suas visitas a outros sites e compartilhar esses dados com parceiros de negócios, sempre com o intuito de melhorar e personalizar a experiência do internauta na rede social.

Além da "Página inicial", que mostra a timeline do usuário, o internauta pode também acessar a aba #Explorar, que exhibe os assuntos e tópicos que estão sendo mais comentados e discutidos na plataforma naquele momento ou dia. A aba seguinte é a das Notificações, que mostram todos os avisos referentes a conta, sejam eles sobre interações (curtidas, respostas, retuítes) ou de outra natureza (acesso em outros dispositivos, confirmação de e-mail ou de número de telefone, etc.).

A aba das Mensagens, popularmente conhecidas como DMs (sigla para *direct messages*), disponibiliza um espaço onde é possível conversar com outros perfis de forma privativa, bem parecido com o Messenger do Facebook e o Direct do Instagram. E há também a aba dos Itens salvos, que basicamente coleta e reúne tuítes salvos pelo usuário enquanto acessa a plataforma, a das Listas do usuário — uma ferramenta que permite juntar o conteúdo de várias contas escolhidas pelo próprio internauta em uma timeline específica e separada — e a do Perfil do usuário propriamente dito.

Figura 2 — Abas de navegação do Twitter



Aqui, reservo um parágrafo para descrever a aba do Perfil, pois ela mesma tem suas subdivisões e ferramentas específicas. Como mencionado anteriormente, no perfil é possível ver o *username*, o nome, foto de perfil, de capa, a bio e outras informações como website do usuário, número de seguidores que ele tem e de perfis que segue. Os tuítes do internauta ficam logo abaixo desses dados, dispostos também no formato de timeline, sempre aparecendo os mais recentes no topo. Esse conteúdo também fica subdividido em outras abas, dispostas uma ao lado da outra. Além da principal, que mostra os tweets de autoria do dono do perfil, aparecem também a de "Tweets e respostas", que mostram as interações que o usuário teve com outros perfis, a de "Mídia", que exhibe apenas as imagens, vídeos e gifs que o internauta tiver publicado e a de "Curtidas", que exibem os tuítes que este usuário tiver "curtido" ou gostado em sua timeline.

Figura 3 — Abas do perfil



Fonte: Acervo pessoal, 2021

No que tange a privacidade, é possível trancar a sua conta, ou seja, deixar o conteúdo que você publica inacessível para terceiros, a não ser que eles solicitem acesso ao seu perfil e você permita. Há também uma ferramenta em que você pode marcar o seu conteúdo como sensível, ou seja, gráfico e inapropriado para menores de 18 anos.

Recentemente, o site lançou uma seção chamada de "Monetização" na versão para aplicativos e "Twitter para profissionais" na versão desktop; esta ferramenta leva o usuário aos "Espaços Cobrados", uma espécie de salas de reuniões online que podem ser criadas pelo próprio internauta e acessadas através da compra de um "ingresso". Segundo o que se lê no próprio Twitter, "com os Espaços com Ingressos, sua audiência compra ingressos para a experiência e as conversas que ocorrem no espaço". Estas experiências podem ser "workshops, conversas ou encontros exclusivos com um pequeno número dos seus mais leais fãs". Esta ferramenta, no entanto, não está disponível a todos em um primeiro momento, pois alguns requisitos precisam ser cumpridos, sendo eles: ter mais de 18 anos de idade, no mínimo 1 mil seguidores e ter participado de pelo menos três espaços como este nos últimos 30 dias.

Figura 4 — Monetização/Espaços Cobrados



Fonte: Acervo pessoal, 2021

## 2.2 E como se interage no Twitter?

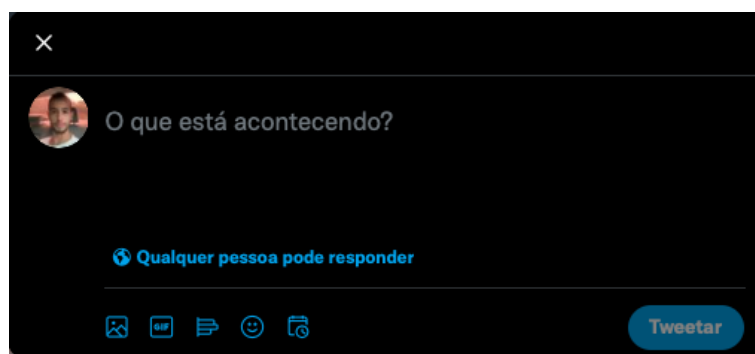
Passada essa descrição inicial e sucinta da plataforma, seu design, ferramentas e funcionalidades, passo agora para as formas de interação propiciadas pela rede social, que compõem também os principais mecanismos e categorias que analisaremos e discutiremos daqui para a frente.

Como dito anteriormente, o tuíte tem um limite de 280 caracteres, fazendo com que seus textos sejam constituídos por frases curtas, formando um simples parágrafo. Quando um link de outro site é incluído no tuíte, contam-se também os caracteres deste link; na publicação, entretanto, ele aparece de maneira incorporada. Além disso, é possível também adicionar mídias ao tuíte, como fotos, vídeos, gifs e emojis ou fazer da sua publicação uma enquete.

Todas estas possibilidades vêm também com suas limitações. Em um tuíte é permitido apenas quatro fotos; os vídeos devem ter no máximo 2 minutos e 20 segundos; os emojis podem ser adicionados à vontade (cada um é um caractere) e, quanto aos gifs, apenas 1 é

permitido por publicação. Nas enquetes, apenas 4 opções podem ser sugeridas pelo internauta. O Twitter, portanto, permite outras possibilidades comunicativas e o uso de vários recursos visuais pelos seus usuários, mas a premissa de manter uma comunicação rápida, eficiente, direta e simples permanece, sendo conservada principalmente por estas limitações.

Figura 5 — Caixa para escrever tuítes



Fonte: Acervo pessoal, 2021

Há também o que chamo de possibilidades de interação proporcionadas pela plataforma, que mais uma vez se ligam ao tuíte. A um tuíte é possível respondê-lo, curtir-lo ou retuitá-lo. Na plataforma, estas ações são conhecidas por outros nomes, sendo elas *reply* (resposta), *like* (curtir) e RT (retweet). O *reply* ou a resposta é o que o próprio nome diz, o ato de responder um tuíte fazendo outro tuíte. É importante ressaltar que quando você responde alguma publicação no Twitter, a sua resposta vira automaticamente um tuíte tanto no seu perfil, como no perfil da outra pessoa e se alguém responde um tuíte seu, o seu tuíte original também pode acabar aparecendo no perfil desta pessoa e, conseqüentemente, na *timeline* das pessoas que seguem a pessoa que respondeu a você.

Os *likes* ou curtidas, simbolizados pela figura do coração que se preenche e fica vermelho quando clicado, funcionam de maneira parecida. Quando você curte um tuíte, este mesmo aparecerá no seu perfil, em uma seção separada chamada "Curtidas", visível para as pessoas que te seguem (e para qualquer um, caso o seu perfil seja aberto). Mas, além disso, esse tuíte poderá aparecer também nas *timelines* de outras pessoas, com um aviso: "Fulano curtiu isso". Da mesma forma, se alguém curte algo que você publicou, isto aparecerá no perfil desta pessoa e, conseqüentemente, nas *timelines* dos seguidores desta pessoa (a não ser que o seu perfil seja fechado).

O *retweet*, retuite ou RT (como é mais conhecido) é também outra ferramenta de interação e, junto com o tuíte, formam os principais métodos de propagação de informações no site. O RT funciona como o "compartilhar" do Facebook e pode ser definido, de maneira simples, como isso: uma ferramenta que republica e compartilha tuítes. Um tuíte que é retuitado vai direto para o seu perfil — como se fosse uma publicação de sua autoria — e, conseqüentemente, para as *timelines* dos seus seguidores, com um aviso sinalizando isto (Fulano retweetou). Quando se está no perfil de uma pessoa, é fácil dizer o que é RT e o que não é, pois o tuíte aparece do modo como foi originalmente feito, inclusive mostrando o autor original; na *timeline*, no entanto, essa diferenciação se torna mais difícil, pois, apesar do aviso de RT, o tuíte aparece num emaranhado de outras publicações que competem a todo momento pela atenção do leitor.

Figura 6 — Ícones de reply, RT e curtir do Twitter



Fonte: Acervo pessoal, 2021

Em outubro de 2020, o Twitter adicionou outra funcionalidade aos RTs: o retuíte com um comentário.<sup>19</sup> Agora, além da possibilidade de compartilhar um tuíte, os usuários podem também adicionar um comentário a esta publicação (de no máximo 280 caracteres, é bom lembrar). De lá para cá, o Twitter também já permitiu a adição de mídias nesses comentários (fotos, vídeos, gifs).

### 2.3 Algumas considerações metodológicas

Eu me considero um rato de Twitter, estou nessa rede social há pelo menos 12 anos. De 2009 para cá, utilizei muitas plataformas desse tipo e fui usuário assíduo de sites como Orkut, Facebook e Instagram. Após todos esses anos, o Twitter é o único que ainda visito com frequência e, pensando melhor, é também o único onde mantive uma assiduidade constante no decorrer do tempo.

19 OLHAR DIGITAL. Twitter vai incentivar retuítes com comentários no Brasil. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/2020/10/09/noticias/twitter-vai-incentivar-retuites-com-comentarios-no-brasil/>>. Acesso em: 9 ago. 2021.



Não sei porque exatamente me prendi ao Twitter. Suspeito que pela sua qualidade mais íntima, quase confessional, que não se modificou tanto ao longo dos anos. É claro que atualmente o Twitter firmou-se como uma plataforma bilionária de comunicação e negócios, com milhares de usuários com outras centenas de seguidores, todos com a possibilidade de interagir entre si com apenas alguns cliques. De todo modo, o site não se distanciou de sua proposta inicial, que é ser um microblog onde os usuários podem comentar sobre qualquer assunto com frases curtas, de 280 caracteres no máximo. Recursos visuais também estão disponíveis, como fotos, vídeos e gifs.

Para mim, o Twitter sempre foi uma rede de desabafos. Logo no início, vi nessa plataforma um espaço onde poderia confidenciar coisas, conversar com amigos e trocar experiências de vida. Evidentemente, fiz outros usos do site durante os anos. Acompanhei celebridades, artistas que gosto, escritores, jornalistas, movimentos políticos, notícias do dia a dia, opiniões sobre os mais variados assuntos. Posso afirmar que tenho, de certo modo, uma familiaridade com o campo que pesquiso agora, justamente por ele se desenrolar em um espaço onde sei me movimentar e onde entendo os códigos e linguagem empregadas nele. Em termos gerais, o uso costumeiro de redes sociais — e não só do Twitter — me dão certa vantagem no sentido de eu não ser um completo estranho ao meu objeto de pesquisa.

O campo que pesquiso atualmente foi achado por acaso, numa andança despreziosa e desprovida de interesses científicos feita pelo Twitter. Uma característica comum das redes sociais é esse "descaminho" por onde ela nos leva através de hiperlinks, hipertextos, imagens, vídeos, anúncios publicitários, mensagens que chegam e recomendações que fixam a nossa atenção. É um aspecto da internet nos manter conectado a ela, "surfando na web" como diriam alguns, e ela faz isso nos apresentando caminhos possíveis de serem acessados com apenas um clique. Atualmente, os famosos algoritmos trabalham nisso coletando informações nossas — nossos interesses, *likes*, compartilhamentos — para nos mostrar sempre algo que, no mínimo, ganhará a nossa atenção por alguns segundos.

Pierre Lévy (1996, p. 35) afirma que o próprio texto é um objeto virtual por ser "abstrato, independente de um suporte específico" e por ele mesmo ser atualizado à medida que é propagado e interpretado de maneiras distintas a cada nova leitura. E aqui ele usa "texto" para se referir a qualquer tipo de mensagem complexa que não seja constituída necessariamente por palavras, como imagens, ideogramas, vídeos, mapas, tabelas, esquemas e assim por diante (*idem*, p. 37). O texto contemporâneo seria, em sua visão, as mensagens e

informações que inundam as nossas caixas de e-mail, os nossos celulares, computadores, jogos de videogame, etc. Um texto dinâmico, "fluido, desterritorializado, mergulhado no meio oceânico do ciberespaço" (idem, p. 39).

O hipertexto seria então uma "matriz de textos potenciais", esperando para serem acessados, lidos, interpretados e atualizados. E isso só é possível com a interferência humana, com a entrada do fator subjetividade; pois a potencialidade que o texto tem para significar algo e a capacidade dos sujeitos conferirem sentido a ele criam uma tensão que leva a interpretação e a atualização do hipertexto (idem, p. 40). O hipertexto proporciona novas produções de sentido, permite múltiplas interpretações e enriquece o processo de leitura justamente por dar acesso a novas leituras, interligando vários textos.

Juntamente com os suportes digitais, que dispõe de uma variedade imensa de informações e recursos visuais, musicais e textuais, o hipertexto digital ganha ainda mais possibilidades, sendo caracterizado "como uma coleção de informações multimodais dispostas em rede para a navegação rápida e intuitiva" (p. 44). O hipertexto é então desterritorializado, sem lugar no espaço, múltiplo, fluido, está no continuum que se estende por toda a rede, sem ponto de entrada ou saída definidos.

Os dispositivos hipertextuais nas redes digitais *desterritorializaram* [grifo do autor] o texto. Fizeram emergir um texto sem fronteiras nítidas, sem interioridade definível. Não há mais um texto, discernível e individualizável, mas apenas texto. [...] O texto é posto em movimento, envolvido em fluxo, vetorizado, metamórfico. (LÉVY, 1996, p. 49)

Se eu me deparei com um emaranhado de contas no Twitter que utiliza recursos visuais — fotos e vídeos — para fazer a divulgação de trabalhos sexuais, foi porque em algum momento estas imagens e corpos transbordaram para a minha *timeline* e chamaram a minha atenção. Este movimento não partiu apenas de um ponto, obviamente, e eu também fui convocado a transitar pela plataforma e links que foram disponibilizados para mim. Esse trânsito virtual feito com o intuito de conhecer novos homens, ver seus corpos e eventualmente interagir com eles aproxima-se da ideia de *cruising* ou de deriva homossexual descrita por Néstor Perlongher (1987) em *O negócio do michê*. No contexto descrito em sua obra, essa deriva consiste em uma técnica de paquera em que homens saem pelas ruas da cidade, mais especificamente pelos centros urbanos, em busca de prazer e aventuras sexuais com o mínimo de compromisso possível. Em poucas palavras, “a paquera (*drague, cruising, yiro*, etc.) consiste numa perambulação, mais ou menos prolongada, pelas áreas da cidade

tendentes a serem transitadas pelos homens dispostos ao prazer e às diversões” (PERLONGHER, 1987, p. 157).

O antropólogo destaca que esta prática surge como uma resposta à histórica marginalização das vivências homossexuais, em especial as sexuais, que relegaram essas experiências a um status de clandestinidade ao longo do tempo. O fato de que agora esse tipo de paquera pode ser observado online levanta uma importante reflexão: ao mesmo tempo que a internet é vista como um espaço mais livre e democrático onde as pessoas podem exercer sua sexualidade de forma segura, ela também se mostra um ambiente muito propício para que estas mesmas pessoas continuem buscando por formas de sociabilidade clandestinas e sigilosas. Especificamente no Twitter, talvez estejamos nos deparando com uma nova modalidade de *cruising* ou deriva virtual. E como isso foi percebido?

Esse movimento aconteceu de forma gradual e não intencional, tendo início antes do meu ingresso na pós-graduação. Não consigo pontuar com exatidão, mas nos últimos dois ou três anos tenho notado um fenômeno de investimento em visibilidade cada vez mais crescente nas redes sociais e, conseqüentemente, no Twitter também. Um fenômeno que envolve o cultivo e a exposição excessiva do próprio corpo na internet e, é bom lembrar, um corpo moldado para o desempenho, para a alta performance e muito próximo dos marcadores sócio-culturais e físicos que caracterizam o padrão de beleza ocidental vigente.

A prática de "biscoitar", que é "pedir ou dar biscoito", é algo que vem se tornando cada vez mais comum nas redes sociais. Ela gira em torno do ato de publicar fotos propositalmente atraentes nestes sites com a intenção de gerar engajamento em determinada publicação ou conta. Quando alguém "biscoita", diz-se que ela fez uma publicação acentuando suas características ou atributos físicos, chamando atenção para a sua beleza. Quando alguém "dá biscoito", diz-se que esta pessoa engajou neste tipo de publicação, deixando alguma curtida ou comentário. A prática anda bem alinhada com outro fenômeno muito característico da internet e das redes sociais: o das *selfies* — aquele tipo de foto que enche as telas dos nossos computadores e celulares, geralmente mostrando o rosto ou corpo de determinada pessoa.

No Twitter, essa moda pegou e por ser uma rede social com regulamentação flexível no que tange a publicação de conteúdo sensível, disseminou-se o hábito de "biscoitar" utilizando fotos cada vez mais — e em muitos casos, totalmente — explícitas. Desse modo,

notei uma presença massiva e cada vez mais crescente de imagens mostrando corpos masculinos e "padronizados" em minha *timeline*. Uma verdadeira rede da biscoitagem.

Aqui, ressalto que a internet e as redes sociais sempre foram usadas para essas finalidades, mesmo que em intensidade menor. Há pessoas paquerando e investindo a própria energia sexual em várias plataformas, do Facebook ao Instagram, em salas de bate-papo e videoconferência. Há sites inteiros e aplicativos móveis voltados para isso. O que me chamou a atenção neste caso foi observar que o Twitter estava, aos poucos, ganhando esse uso por parte dos seus internautas.

Logo, me deparei com o surgimento crescente de contas "clandestinas" ou "secretas", criadas com o intuito de exibir este tipo de material e facilitar a interação entre homens que querem trocar contatos e nudes, conhecer pessoas e organizar possíveis transas. Por consequência, esbarrei nos, popularmente conhecidos dentro da plataforma, "perfis +18" — uma rede de contas eróticas e pornográficas, gerenciadas por homens e mulheres, cujo intuito, à primeira vista, é propiciar interações sexuais entre usuários e propagar o conteúdo produzido por eles, muitas vezes com motivações financeiras.

De cara, me vi refletindo sobre os efeitos que os discursos e performances inseridos nesse contexto pudessem gerar. Por exemplo, com o *boom* da biscoitagem, me questioneei sobre como essa profusão imagética de corpos atraentes, musculosos e masculinizados podem reforçar determinados estereótipos e marcadores de gênero e sexualidade. Com as contas pornográficas essa questão continua presente e talvez até mais forte. Não é incomum ver publicações do tipo acompanhadas de textos que enfatizam as polarizações "ativo/dominador - passivo/submisso".

Com o advento da pandemia fiquei impossibilitado de fazer o trabalho de campo que esta pesquisa demandava e, sendo assim, voltei ao Twitter interessado em compreender como as dinâmicas e práticas de sociabilidade empregadas na rede de perfis +18 informam, consolidam e refazem marcadores e identidades de gênero vigentes e ultrapassados. De forma sucinta, gostaria de investigar como essas novas interações sexuais e em rede estão afetando e alterando a forma como homens se relacionam entre si, como negociam seus desejos e, conseqüentemente, como expressam suas identidades de gênero e orientações sexuais.

Durante a pandemia esse movimento cresceu. Confinados em suas casas devido às medidas de isolamento social que começaram a vigorar não só aqui, mas no mundo todo, vi muitas pessoas, e em especial homens, começarem a utilizar as redes sociais como

dispositivos de gestão do próprio desejo, seja trocando mensagens com outras pessoas, se exibindo por fotos e vídeos ou enviando e recebendo nudes.

Quando decidi que queria estudar estas questões no mestrado, me lancei num movimento ávido de recolher dados e informações. Comecei a seguir inúmeras contas, e sempre que mais perfis eram apresentados, os seguia também. O Twitter, assim como outras redes sociais, tem seus mecanismos próprios para prender a atenção do internauta e levá-lo numa jornada online que pode durar horas. Eu, já animado com a pesquisa, me deixei levar e gastei uma boa quantidade de tempo e dias acessando vários perfis, me demorando neles e nas suas mídias. Em determinado momento, percebi que estava lidando com um volume absurdo de informações, pois perfis novos não paravam de aparecer e o meu ritmo não dava sinais de freio. Foi nesse momento que tomei a decisão de me ater a perfis de usuários majoritariamente brasileiros. Nesta época, eu ainda usava o meu perfil pessoal para a pesquisa e o conteúdo da minha *timeline* intercalava entre coisas banais, notícias do dia a dia e imagens de homens nus.

Por isso, em agosto do ano passado, criei uma "lista" no Twitter. A lista é uma ferramenta do próprio site que junta o conteúdo de perfis selecionados previamente e os exibe em uma timeline separada. Então, eu basicamente criei esta lista com todos os perfis +18 que seguia e a nomeei "Biscoito" e, a partir daí, sempre que queria acessar o conteúdo erótico e pornográfico produzido por estas contas, acessava a lista. No início, esta lista me ajudou bastante, pois condensou o material que eu estudava em um local específico no site e "desafogou" a minha vista da quantidade absurda de pornografia que eu via diariamente.

Com o tempo, no entanto, percebi que a Lista já não se mostrava tão eficaz, por limitações próprias da ferramenta. Na Lista, por exemplo, não é possível ver tweets de contas/perfis que não estão adicionados a ela, então de certa maneira, eu estava perdendo uma boa parte das interações que aconteciam por meio das respostas/*replies*. A Lista também não mostra conteúdo a todo momento, ininterruptamente, como acontece na timeline principal. Os tuítes e RTs que apareciam nela tinham poucas horas de publicação e logo sumiam. Muitas vezes acessei a lista e me deparei com sua *timeline* vazia, sem nada novo tuitado nas últimas horas.

Sendo assim, em novembro passado criei uma conta específica para a pesquisa. Nesse perfil de pesquisador me apresento como jornalista e estudante de mestrado e falo brevemente

sobre o que procuro no Twitter. Meu *username* (@nogueiradavid\_), não muito criativo, revela o meu nome, além de uma foto que mostra explicitamente o meu rosto.

Sei que a apresentação do meu perfil pode afugentar potenciais interlocutores, porém, preferi fazer dessa maneira para demarcar o meu lugar enquanto pesquisador nesse espaço virtual e nas redes relacionais que irão se desenrolar nele e para o ser o mais honesto, franco e transparente possível com as pessoas que estou pesquisando. [Trecho retirado do diário de campo]

Nesta conta sigo 26 perfis, sendo a maioria deles de usuários brasileiros. Durante esse processo, faço também a escolha consciente de seguir e acompanhar apenas homens que utilizam a plataforma como uma ferramenta de trabalho, excluindo os que a usam apenas para se exibir e/ou conseguir parceiros de transa. Fiz isso pois, ao longo da pesquisa, a categoria "trabalho" foi ficando cada vez mais evidente, com um número de perfis voltados para isso pipocando mais e mais em minha *timeline*. A pandemia, obviamente, teve um papel nesse processo.

Desde então, faço anotações sobre o que observei em determinado dia — ou semana, em alguns casos — neste diário, descrevendo e comentando o que vi. Primeiro, faço o exercício de ir a campo e navegar na rede social da forma que achar mais interessante. Geralmente, entro e fico entre 1 e 2h descendo a barra de rolagem, prestando atenção ao que se apresenta na minha frente. Algumas vezes me permito ir um pouco além; visito perfis que me interessam, abro conversas, pesquiso *tags*, clico em links externos ao site, e depois retorno à *timeline* principal.

Em meu diário de campo cataloguei visitas feitas à plataforma entre novembro de 2020 e julho de 2021, tendo feito outras também antes desse período. Ressalto também que, durante este tempo, realizei muitas idas breves ao campo — durante o cotidiano, entre os meus afazeres, em momentos de lazer ou puro tédio — que não foram necessariamente registradas no diário, mas que mesmo assim ajudam a compor o material de análise que será descrito e discutido aqui.

No diário, denominei as visitas ao campo de "Passagens". O termo me pareceu apropriado pela própria natureza do campo — um espaço sem materialidade definida, "suspenso no ar", com pontos de entrada e saída entrecruzantes, marcado por uma velocidade de atualização constante dos seus sujeitos e dinâmicas —, cujas idas se assemelham justamente a isso, a uma passagem, a algo que se movimenta e que pode se desmanchar a qualquer momento. Uma espécie de visita em um lugar muito efêmero, por assim dizer. Isso

ficou muito evidente para mim no campo, quando descia a barra de rolagem do site e torcia para que a plataforma não atualizasse de repente, me fazendo voltar ao "início" de tudo.

Justamente por essa razão pus em prática duas estratégias que me permitiram registrar o campo para além da escrita no diário: os *prints* e os itens salvos. Como dito anteriormente, eles, juntamente com o diário, compõem as três principais formas de catalogação da minha pesquisa e se mostraram extremamente úteis por serem registros imagéticos e audiovisuais, que me permitem revisitar as publicações e as pessoas envolvidas nisso também.

No diário procurei descrever estas idas me atentando às publicações que se destacaram pelo seu conteúdo textual e imagético, tanto pelo o que estes textos e imagens implicam quanto pelo tipo de linguagem onde esta composição texto/imagem se encaixa. Durante as visitas e na própria escrita dos registros, ficou cada vez mais evidente para mim o tom mercadológico e quase publicitário das publicações, muitas vezes se utilizando de binarismos de gênero (homem/mulher) e de performance sexual (ativo/passivo) para vender um determinado produto, ou no caso dos profissionais que pesquiso, o conteúdo adulto e pornográfico encontrado tanto nos perfis do Twitter, quanto nos sites de conteúdo pago e exclusivo (Only Fans, Just For Fans, etc.).

Assim, os prints entram como recurso para o meu texto, me auxiliando na própria escrita e na análise que pretendo fazer. Revisitar estes tuites após o campo, por meio dos prints e dos itens salvos, me leva a constatações que não havia chegado antes, só sendo possíveis depois de um olhar mais demorado e insistente.

Sendo assim, não me ateno a apenas descrever o meu campo, e me permito tecer comentários analíticos sobre ele, trazendo teorias e conceitos quando possível e necessário. Deixo que as minhas leituras fora do campo dialoguem com as minhas experiências dentro dele, e tento transportar isso para a escrita. Mas, ressalto que não faço uma redação engessada e pré-pensada, deixo meu pensamento divagar e a escrita o acompanha. Tenho então três formas principais de registro da minha pesquisa: o diário de campo, os prints (60 até o momento, salvos em uma pasta no computador) e os itens salvos no Twitter.

É importante mencionar que também me situo como sujeito desta pesquisa, visto que como usuário do site e pessoa LGBTQ+ sou interpelado por todos estes agentes. Portanto, me identifico neste campo como pesquisador e assumo na pesquisa minha identidade como homem gay, entendendo que as práticas de sociabilidade e as dinâmicas sexuais, afetivas e

mercadológicas empregadas nesse espaço também afetam a mim, moldam e reconstróem minha subjetividade, a forma como entendo e expresso gênero e sexualidade.

Isto posto, intento realizar experimentações etnográficas em minha pesquisa, me situando no campo como observador-participante, dialogando com meus interlocutores e acompanhando suas rotinas enquanto usuários da plataforma. Como meu campo de pesquisa se localiza “virtualmente” e o contato face a face com os sujeitos nem sempre é possível, devo prestar atenção ao que me dizem ou escrevem, com a expectativa de que possa compreender como são suas vidas “offline”.

Sobre isso, Carolina Parreiras (2008) atesta que a ausência do contato presencial em uma pesquisa online é uma das principais problemáticas quando se trata de uma etnografia. Para ela, o pesquisador deve entender que está lidando com as "performances identitárias" dos sujeitos online, que tomam suas experiências vividas no offline como referência para a criação e condução de performances e comportamentos que serão executados online.

Aqui, tanto Parreiras (2008, p. 37-38) quanto Richard Miskolci (2013, p. 16-17) compreendem a internet ou o online não como um lugar, espaço ou ambiente com geografia definida mas como um "contexto cultural", onde as trocas simbólicas e subjetivas realizadas entre os sujeitos se darão mais em um espaço imanente de cultura e códigos do que em um território propriamente dito. Nesse sentido, as relações em si constituem os cenários a serem analisados, em vez de um local físico ou virtual.

Para Parreiras, devemos tomar a internet como um texto móvel a ser lido e interpretado. Um texto (ou textos) que é produzido pelos próprios sujeitos pesquisados, gerando um processo de mão-dupla, um movimento dialético, em que esta produção será acessada pelo pesquisador e assim ele fará surgir novos textos a partir das suas interpretações e análises.

Pensar o virtual como texto requer considerá-lo como algo móvel e que pode ser lido independentemente do momento em que foi produzido. Ou seja, é gerado um histórico, perfeitamente acessível ao pesquisador tempos após ter sido escrito. Realizar uma etnografia do virtual é, portanto, um processo de leitura e escrita de textos: o etnógrafo lê o que é escrito, interpreta e pode também ele escrever seus próprios textos, que serão lidos pelos sujeitos da pesquisa, igualmente interpretados e passíveis de réplica. O que se vê é um processo de mão dupla tanto na leitura quanto na escrita dos textos, em que etnógrafo e pesquisados são, ao mesmo tempo, sujeitos e objetos, observadores e observados, corroborando a idéia de que o encontro etnográfico coloca em contato as subjetividades do pesquisador e dos pesquisados, sendo pertinente o uso do termo intersubjetividades. Isso significa que a interação virtual garante, do mesmo modo que a não-virtual, a dimensão dialógica



e intersubjetiva da etnografia e não se restringe a uma simples leitura de textos. (PARREIRAS, 2008, p. 37-38)

Larissa Pelúcio (2017) oferece em sua tese contribuições interessantes sobre a construção e desenvolvimento de uma metodologia de pesquisa na internet. Evitando utilizar referências teóricas em excesso, a pesquisadora atenta desde o início que precisou pensar em estratégias, técnicas e caminhos específicos para que seus estudos pudessem fluir. Revelando estar "agitada pelas sensações" que o campo suscita, Larissa traça um caminho metodológico onde suas escolhas e decisões vão estar em constante diálogo com os afetos bons e ruins que o campo e os sujeitos inseridos nele provocam. Isso fica evidente quando ela conta, por exemplo, sobre o volumoso número de mensagens e informações que recebia quase diariamente ou quando narra as investidas dadas pelos seus próprios interlocutores; situações que a fizeram repensar seu recorte de pesquisa e a maneira como coletava e armazenava os dados, fazendo-a inclusive cultivar um grande esforço de alteridade com os indivíduos que lidava.

Encontro também aproximações com este trabalho no que tange a forma como escolhi me apresentar em campo. Diferente de alguns pesquisadores, principalmente etnógrafos, que optam por não revelar seus status no início das pesquisas por receio de não serem acolhidos com tanta facilidade pelos seus interlocutores, Larissa anuncia de cara no aplicativo onde pesquisou sua condição de "antropóloga pesquisando masculinidades, tecnologias e afetos". Ela conta se aproveitar dos recursos que a plataforma oferece para construir um perfil atrativo com fotos, descrições do que gosta de fazer, do que se interessa, hobbies, etc. Nesse sentido, é possível perceber que a pesquisadora dialoga com a lógica do próprio aplicativo para efetivamente se inserir no campo e aumentar as possibilidades de aproximação com os seus interlocutores.

No campo onde pesquiso, como dito em outro momento, opto por me apresentar como pesquisador, revelando meu nome e interesses de estudo. Faço uso das ferramentas oferecidas pelo site, como a inclusão de fotos de perfil e de capa, bem como uma breve descrição do trabalho que realizo. O modo como participo e observo as interações que se desenrolam na plataforma seguem quase a mesma lógica de uso do próprio Twitter, onde a *timeline* serve como "fio condutor" principal para os outros caminhos que podem ser seguidos dentro da rede social. É neste espaço primeiro onde aparecem o conteúdo dos internautas que sigo, as hashtags e outras mídias que publicam (fotos, vídeos, gifs), os outros internautas com quem

eles interagem e os links externos para outros sites e aplicativos. De modo muito simples, a forma como uso o Twitter para pesquisar não difere muito da maneira como outras pessoas o utilizam, seja para ver pornografia, notícias, conteúdo humorístico ou qualquer outra coisa.

Foi dessa maneira que entendi que, apesar de reservar horários específicos para a pesquisa em campo, muitos acessos acabaram sendo assíncronos em momentos esporádicos do cotidiano. Nem todos estes momentos foram registrados no diário de campo, mas me esforcei ao máximo para anotar pequenas observações e reflexões a respeito, aproveitando também o recurso de "salvar item" do próprio Twitter e a possibilidade de fazer e guardar diversos prints.

O texto “O que é fazer etnografia para os antropólogos” da professora e pesquisadora Urpi Montoya Uriarte traz reflexões importantíssimas sobre o fazer etnográfico, seus procedimentos e quem o faz. Uriarte inicialmente argumenta que nem todos podem ser etnógrafos, pois não são todos os pesquisadores que possuem esse tipo de formação. Sendo assim, defende uma formação teórica prévia, que inclui a leitura de vasta bibliografia, passando por diversos autores da área. A professora atenta ainda que a etnografia sem teoria não é possível, pois elas são inseparáveis. É a teoria que nos dá o embasamento necessário para ir a campo, para entrar em contato com os nossos interlocutores, conduzir as entrevistas, coletar e apurar os dados e, enfim, construir a nossa escrita (2012, p. 2-3).

É importante ressaltar que o pesquisador não deve estar preso à teoria, aos autores ou aos conceitos que estudou antes de ir a campo. Nesse sentido, o cientista deve cultivar em si um desejo pelo encontro com o desconhecido, com o Outro, com aquele que lhe é estranho ao olhar. É necessário um “desenraizamento crônico”. Para Uriarte, o campo sempre deve surpreender o pesquisador, pois a realidade sempre supera a teoria. Como então fazer isto em um campo de pesquisa que já é familiar para o pesquisador? Relevante dizer que pesquisadores sempre pesquisam algo que os interpela, que causa curiosidade ou que despertam o seu desejo por conhecimento. O campo de pesquisa será familiar em algum nível e o dever do pesquisador é, além da formação teórica, se deixar ser afetado pelo campo e pelos sujeitos para desestabilizar o pensamento, os olhos, os ouvidos e o corpo inteiro.

Em última análise, esse método não se finda no campo de pesquisa ou no momento em que o pesquisador se retira do trabalho de campo para escrever. O processo de escrita é também um exercício etnográfico, na medida em que é o momento no qual o cientista irá revisar, apurar e selecionar os dados provenientes de suas anotações para transformá-los na

“descrição densa” que a etnografia pede. No campo, captamos e compreendemos o Outro, apreendemos sua rotina, sentimentos, anseios, angústias, felicidades e visão de mundo; na escrita, interpretamos essas experiências e o papel do etnógrafo é justamente conferir coesão e linearidade no texto para que o leitor possa entendê-lo.

Já tendo realizado experimentações etnográficas em outro momento, durante a graduação, sempre me deparo com a seguinte questão: como me situar no campo, me localizando como sujeito da pesquisa, sem deixar que o meu ponto de vista fique acima do ponto de vista dos outros indivíduos pesquisados? Em um primeiro momento, devemos entender que numa etnografia, a perspectiva do cientista é fundamental para a composição do trabalho, uma vez que é ele que irá misturar teoria com o trabalho de campo para em seguida dar luz à sua interpretação. É pela ótica do pesquisador que conseguimos ver dinâmicas, relações sociais e de poder e diferentes forças agindo no campo e nos sujeitos. Assim, o trabalho escrito do etnógrafo é uma ficção no sentido de ser uma realidade construída e modelada a partir da relação entre pesquisador e interlocutores<sup>20</sup>.

A escrita é um processo difícil e, portanto, devemos compreender que o seu exercício não se dá completamente separado da subjetividade do pesquisador. O material que será descrito e analisado no texto é justamente coletado das relações entre o Eu que pesquisa e os Outros que são pesquisados. Logo, o exercício e dever do etnógrafo é, através da formação teórica, da desconstrução do olhar e da busca pelo estranhamento, se posicionar em campo com a escuta ativa e a empatia aguçada, dialogando com as pessoas e construindo verdadeiras relações de familiaridade e companheirismo que aparecerão no texto escrito.

Considero importante também apontar que compreendo este campo como um espaço de forças simbólicas e discursivas que, através das interações entre os sujeitos e da forma como eles se posicionam nesse espaço, demarcam, reforçam e borram noções prévias de identidade de gênero e orientação sexual, construindo outras formas de se reconhecer e se expressar *online*. Além disso, venho entendendo este espaço cada vez mais como um lugar de trabalho e promoção de si, com relações marcadas por uma lógica capitalista de mercado. De forma sucinta, esta rede tuiteira constitui-se como um espaço interligado de sociabilidade, prazer, lazer e atividades econômicas.

---

20 Clifford Geertz (2009) faz uma interessante e importante análise sobre a natureza científica e literária dos textos antropológicos ao explicar o dilema epistemológico da etnografia que consiste em escrever um texto que seja resultado de coletas empíricas, mas que também é atravessado por questões pessoais do pesquisador que o faz. Nesse sentido, ele argumenta que essa tensão não é necessariamente resolvida, mas deve ser trazida pelo etnógrafo no texto que escreve, entendendo que as suas relações com os sujeitos que pesquisa e a forma como ele “os absorve” fazem parte das reflexões feitas em campo.

### 3 A MONETIZAÇÃO DO DESEJO EM CORPOS-MULTIMÍDIA

Quais estratégias de divulgação são de fato utilizadas pelos perfis +18 do Twitter? Quais técnicas visuais e textuais são empregadas para captar e prender a atenção dos internautas que vão buscar pornografia na rede social? Neste capítulo, identifico alguns dos principais métodos utilizados na composição das publicações feitas pelos sujeitos que pesquiso, passando por textos, imagens e vídeos. Ressalto que não cito todas as observadas em campo, pois isso seria impossível dada a multiplicidade dos indivíduos, mas trago as que mais apareceram na rede, tanto pela sua constância, como pelo seu potencial de atrair visibilidade e gerar engajamento.

Retomo também neste capítulo uma parte das medidas adotadas pelo site no que tange a publicação de imagens sensíveis, potencialmente perturbadoras e excessivamente gráficas, apontando para a flexibilidade destas resoluções e explicando quais punições são efetivamente tomadas quando alguém quebra alguma dessas regras.

Dessa forma, trago prints de algumas publicações observadas em campo que exibem as estratégias que serão mencionadas aqui. É importante também frisar que estas técnicas não aparecem de forma separada, estando sempre mescladas entre si; o que faço na escrita é destacar alguma delas a partir do print selecionado, para então realizar uma análise acerca do que determinada técnica implica, resgatando noções hegemônicas de gênero e sexualidade que podem estar explícitas ou implícitas em dada imagem.

Sendo assim, me proponho também a uma análise das tecnologias de gênero que estão por trás não apenas da produção desses corpos, mas também da criação de prazeres, desejos e comportamentos sexuais; em suma, de todo um corpo físico e subjetivo que é resultado do capitalismo biopolítico contemporâneo, mas que funciona também como força de trabalho própria dessa ordem econômica que não produz só matéria, mas subjetividades.

Partindo disso, trago apontamentos sobre esse regime de produção de subjetividades, suas implicações na forma como as pessoas se comportam e agem, como pensam sobre si e se relacionam com os outros. Também penso a sua relação com o cenário do capitalismo atual, cujas características como a necessidade de visibilidade e atenção, a produção e atualização incessante de si e da própria subjetividade e a porosidade entre público e privado podem também ser notadas no objeto de estudos que é tema desta pesquisa.

### 3.1 Conteúdo adulto no Twitter: performances textuais e visuais em rede

É difícil dizer com precisão quando esta prática se iniciou no Twitter, e não é do meu interesse descobrir suas origens, pois a pornografia online nasce quase concomitantemente com o surgimento da internet. É possível apontar, entretanto, que recentemente o número de pessoas que utilizam o site para se exibir e divulgar os seus trabalhos de conteúdo adulto têm aumentado em ritmo crescente e o *boom* dessa expansão pode ter relação com mudanças que outra rede social sofreu em dezembro de 2018.

Nesse ano, o Tumblr banuiu conteúdo adulto de sua plataforma, em uma das medidas mais drásticas já tomadas pelo site. Com formato de blog, o Tumblr é conhecido por abranger e acolher diversas tribos e subculturas da internet, com conteúdos que variam entre filmes, séries, músicas, culinária, fotografia, entretenimento, cultura pop, ciências, dentre tantos outros. À época, o site funcionava também como espaço de trabalho para profissionais do sexo e da indústria pornográfica e é claro, atraía muitos entusiastas e consumidores de pornografia online. Nos dois meses seguintes à implementação desta medida, o tráfego na rede social caiu em 29%, significando que 151 milhões de pessoas pararam de acessar o Tumblr.

A decisão de banir toda a pornografia e conteúdo explícito presentes na plataforma veio depois que a Apple retirou o aplicativo do site de sua loja oficial, alegando o crescente compartilhamento de pornografia online no espaço. Em resposta, o Tumblr preferiu retirar todo e qualquer conteúdo explícito e ofensivo de suas páginas. Um artigo da Out aponta que a medida afetou de maneira desproporcional a comunidade LGBT e os profissionais do sexo, que aproveitavam a liberdade oferecida pelo site para produzir conteúdo próprio e original, mais criativo e muito diferente do que geralmente é produzido pelos estúdios de filmes pornográficos.<sup>21</sup>

Para onde essas pessoas foram, então? O Instagram e o Facebook ainda contam com uma presença significativa de profissionais do sexo, mas é no Twitter onde esta rede vêm crescendo, dada a sua relativa flexibilidade e tolerância com conteúdo adulto, explícito e potencialmente sensível ou ofensivo.

Em novembro de 2019, o site atualizou a sua política de regras no que tange a exibição e compartilhamento de imagens "sensíveis" (potencialmente ofensivas ou perturbadoras,

---

21 OUT. 150 Million People Have Abandoned Tumblr Since Its Porn Ban. <150 Million People Have Abandoned Tumblr Since Its Porn Ban (out.com)>. Acesso em: 27 de maio de 2021.

como imagens violentas ou pornográficas), estipulando que os usuários da plataforma não podem publicar esse tipo de conteúdo nas fotos de perfis, de capas ou em *lives*. O site também proíbe o compartilhamento de imagens que mostram cenas de agressão e/ou violência sexual.<sup>22</sup>

A declaração oficial do site ainda diz que, para encontrar um balanço, permite que parte de seus usuários publiquem esse tipo de conteúdo, enquanto ajuda o restante que não quer ver isso. Portanto, proíbem estas imagens nas "áreas de alta visibilidade" (como as fotos de perfil e de capa), mas admitem o seu compartilhamento dentro das publicações — os tuítes. Para tanto, o usuário que deseja fazer isto deve "classificar a sua conta como sensível", fazendo com que as imagens e vídeos que publicar apareçam sempre escondidas por uma mensagem de aviso, que comunica aos internautas o tipo de conteúdo que há ali, antes dele ser visualizado ou não, dependendo do que o internauta escolher. "Ao usar esse recurso, as pessoas que não querem ver mídias sensíveis podem evitá-las ou tomarem uma decisão informada antes de escolher vê-las", diz o site.

Figura 7 — Tuíte com mensagem de aviso de conteúdo sensível



Fonte: Acervo pessoal, 2021

O site apresenta uma política flexível para determinados tipos de mídias sensíveis, enquanto outros são terminantemente proibidos na plataforma. Por exemplo, "violência explícita" e "conteúdo adulto" são tolerados, desde que pessoas não sejam marcadas nesse tipo de conteúdo e eles não sejam mandados por meio de mensagens diretas. "Imagens de propagação de ódio" também são permitidas, desde que sejam publicadas num contexto de serviço de informação pública e não propaguem ou promovam grupos extremistas terroristas e violentos.

As mídias que se enquadram no que eles chamam de "conduta sexual violenta" e "violência gratuita" são proibidas para "evitar a normalização do assédio sexual e de violência

22 TWITTER. Central de Ajuda. Política de mídia sensível. <<https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/media-policy>> Acesso em: 9 de agosto de 2021.

não consensual associada a atos sexuais". Segundo o site, no entanto, o compartilhamento de imagens violentas pode ser revisto, caso seja feito num contexto de eventos ou ocorrências muito importantes e dignas de serem noticiadas.

O que diferencia "violência explícita" de "violência gratuita", afinal? E o que o site define como "conteúdo adulto" e "conduta sexual violenta"? Segundo a explicação dada pela própria plataforma, a diferença entre os dois primeiros estaria na intensidade da violência retratada e no potencial perturbador do conteúdo; violência explícita, por exemplo, compreende imagens de crimes violentos, lesões físicas visíveis, abuso físico de crianças e animais e fluidos corporais, como sangue, sêmen e fezes; já a violência gratuita abarca imagens de mutilação, carbonização, exposição de órgãos internos e ossos e tortura de animais. Quanto a este último tipo de mídia, o site ainda informa que pode fazer exceções para mídias que retratam sacrifícios religiosos, rituais e atividades de caça.

"Conteúdo adulto" é definido pelo Twitter como "qualquer mídia consensualmente produzida e distribuída que seja pornográfica ou destinada a causar a excitação sexual", incluindo imagens de nudez parcial ou total, de simulação de atos sexuais ou de relações sexuais, abrangendo também desenhos, animes e hentais que retratem isto acontecendo entre pessoas ou pessoas e seres antropomórficos (com características humanas e animais). Já "conduta sexual violenta" se refere ao conteúdo que exiba cenas de estupro, de violência sexualizada e de atos sexuais feitos sem o consentimento de alguma pessoa, englobando também cenas que apenas simulam isso.

O site ainda informa quais punições ou "ações de execução" são postas em prática quando alguma política referente às mídias sensíveis é violada. Caso conteúdo contendo "violência explícita", "conteúdo adulto" ou "imagens de propagação de ódio" sejam veiculados nas "áreas de alta visibilidade", o usuário é orientado a remover a imagem. O acesso à conta e a capacidade de tuitar ficam temporariamente suspensos. Caso isso aconteça novamente, o perfil do internauta é permanentemente desativado. A plataforma ainda ressalta que "contas dedicadas à publicação de mídias sensíveis", ou seja, perfis nos quais a maioria das atividades são o compartilhamento desse tipo de conteúdo, estão sujeitas à suspensão permanente da rede social. Estas punições não são, entretanto, definitivas, já que o próprio site oferece a possibilidade de contestar a suspensão de uma conta, caso o usuário dono dela ache que se trata de um erro.

A contextualização destas diretrizes é importante pois nos mostra que a plataforma está ciente do tipo de conteúdo que roda por suas páginas e, por isso, prefere manter sua política de mídias sensíveis flexível para não sofrer uma perda drástica de usuários da mesma forma que ocorreu com o Tumblr. O fato de que essa regulamentação foi atualizada em novembro de 2019, um ano após o Tumblr banir qualquer conteúdo pornográfico dos seus terrenos, mostra a preocupação do Twitter em manter seus internautas que publicam esse tipo de mídia, ao mesmo tempo que sinaliza e informa que imagens potencialmente violentas e perturbadoras estarão sob constante vigilância, assegurando a segurança e bem-estar dos usuários do site.

Como dito um pouco mais acima, 150 milhões de pessoas saíram do Tumblr após o site banir pornografia, o que levanta questões, como para onde foram todas estas pessoas? Será que todas estas pessoas trabalhavam, de fato, com pornografia virtual? O surgimento e expansão, nos últimos três anos, de perfis +18 no Twitter podem oferecer algumas respostas a respeito disso. Obviamente, é impossível dizer se todos os produtores de conteúdo adulto que atualmente estão na plataforma começaram no Tumblr e, mais ainda, se todos que estavam neste site realmente migraram para o Twitter ou outras redes sociais, mas a mais recente atualização das políticas de conteúdo sensível e a criação dos Espaços de Monetização podem indicar que o Twitter está, de fato, se consolidando ou pelo menos se firmando como um espaço possível para o trabalho destas pessoas.

O Elástica, um portal jornalístico que tem sexualidade como um dos seus principais temas de cobertura, publicou um artigo em setembro de 2020 a respeito da crescente aparição dos perfis +18 no Twitter.<sup>23</sup> No texto, Edu — um dos personagens da matéria — conta que criou uma conta desse tipo após sair do Tumblr, motivado pela decisão e anúncio feitos pelo site sobre o banimento de pornografia. O rapaz viu com essa oportunidade uma maneira de continuar consumindo pornografia online e encontrar dicas de lugares em sua cidade, São Paulo, onde homens se encontram para se pegar e transar ao ar livre.

Diferente do Tumblr e de qualquer outro site pornô da internet, o Twitter dá à pornografia uma dimensão social. A busca ativa por vídeos excitantes é substituída pela recepção passiva de conteúdos curados por algoritmos, que reforçam e moldam os gostos e preferências do usuário. Além disso, a liberdade de conversar anonimamente (ou não) com outros usuários sobre tabus de sexualidade, a possibilidade de postar conteúdo próprio e de encontrar pessoas com os mesmos gostos fez o "deep-Twitter" explodir no último um ano e meio. (ELÁSTICA, 2020)

---

23 ELÁSTICA. Tesão nas redes. Disponível em: <<https://elastica.abril.com.br/especiais/twitter-porno-gay-jovens-sexualidade/>>. Acesso em: 19 nov. 2020.



A reportagem menciona também outros usuários dos perfis +18, dentre eles João Marcos, conhecido na rede social como @naughtypuzzle. Ele também foi para o Twitter para se exibir e consumir pornografia, mas fez isso após ser banido do Facebook, onde participava dos grupos de nudes. Em uma outra matéria sobre pornografia virtual publicada em julho de 2021, da BBC<sup>24</sup> — dessa vez focada no uso do site Only Fans — João Marcos conta que se mudou para o Twitter em 2018 e em maio de 2019, seis meses antes da rede social atualizar a sua política de mídias sensíveis, se cadastrou no Only Fans, após pedidos de pessoas de diferentes países. O Twitter proporcionou essa visibilidade; à época, ele tinha mais de 190 mil seguidores, agora o número já ultrapassa a quantia de 200 mil. Na mesma matéria, João Marcos ainda menciona que com o Only Fans, chega a ganhar aproximadamente R\$10 mil por mês.

Cézar Augusto, outra fonte da matéria, também trabalha no Only Fans produzindo e publicando conteúdo adulto, mas isso só aconteceu depois dele se exibir no Twitter e ver o seu número de seguidores subir cada vez mais. Quando percebeu que poderia monetizar em cima das suas fotos sensuais, se cadastrou no Only Fans.

Esses dois casos levantam outra questão: é possível ganhar dinheiro trabalhando apenas com o Twitter? Com certeza, há diversos tipos e classes de profissionais que utilizam a rede social para se sustentar, como jornalistas e mídias sociais, mas a solicitação ou oferecimento de serviços sexuais, como prostituição, são proibidos pelo site. A própria plataforma define como comportamento abusivo esse tipo de prática. Então como os produtores de conteúdo adulto estão trabalhando no Twitter?

É sabido que muitos destes usuários engajam-se em interações sexuais na plataforma para divulgar os seus trabalhos como garotos de programa ou atores pornográficos. Nesse sentido, o Twitter funciona como uma vitrine onde estes usuários podem se exibir e conseguir clientes para um eventual encontro ou acessos e assinantes em suas contas em sites de conteúdo adulto, exclusivo e pago. As imagens explícitas são publicadas como forma de atrair consumidores para outras plataformas como Only Fans, Just For Fans, Cam4, dentre outros.

O nível de profissionalização deste trabalho muda bastante, dependendo do perfil/conta analisado. Há uma parte dos usuários que constantemente produz e publica conteúdo novo, consegue parcerias com atores pornôs e garotos de programa, até chegando a

---

24 BBC. OnlyFans: de imagens sensuais a sexo explícito, brasileiros contam como ganham dinheiro se exibindo. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-57673831>>. Acesso em: 6 jul. 2021.

utilizar "*porn influencer*" ou "*e-porn*" para se descrever, em alguns casos. Há outros que participam de forma mais amadora, não publicam todos os dias, produzem fotos e vídeos com qualidade menor e conciliam esta atividade com outra profissão.

Como estes homens usam o Twitter, então? Quais práticas são empenhadas de modo que transformam a rede social numa vitrine? Quais estratégias estão envolvidas no processo de divulgação e exibição destes trabalhos e conteúdos? Venho, portanto, apresentar algumas das estratégias que identifiquei em campo e que me foram informadas por interlocutores da pesquisa. Aqui, não vou recorrer a nomenclaturas próprias dos estudos em comunicação e da publicidade para identificar estes métodos de divulgação/anúncio, mas sim descrever técnicas observadas em campo e associadas a promoção de um serviço/produto/conteúdo que, para mim, se assemelham (mas não equivalem) às mídias comumente vistas no mundo publicitário.

### ***3.1.1 Os roteiros sexuais e as propagandas de gênero***

Aqui trago a noção de "roteiros sexuais" dos pensadores William Simon e John Gagnon (1986; 2006). Ambos na verdade formularam a ideia dos "roteiros" para pensar a produção de comportamento social na vida cotidiana, amparados por concepções vindas das ciências sociais e da psicologia. Para eles, as práticas sociais que se desenrolam nas sociedades estão atreladas a uma "roteirização" da vida, a uma "sintaxe operacional" que as antecedem e se tornam precondições para que os comportamentos sociais existam de fato, assim como a linguagem antecede o discurso/fala (1986, p. 98).

Para Simon e Gagnon, os "roteiros" da vida social não servem apenas para configurar os comportamentos sociais e as dinâmicas engendradas por eles, mas também para preconizar os comportamentos dos outros, para se antecipar e se preparar diante do que as pessoas fazem e de como elas agem no meio social. Salientam ainda que estes roteiros não se constituem de forma homogênea e igualitária para todas as pessoas e entre as sociedades, pois fatores externos e internos aos indivíduos se somam para compor estes guias.

Os *cultural scenarios*, ou cenários culturais em uma tradução literal, são as instituições e "arranjos institucionalizados" que existem no nível coletivo da vida social e informam os requisitos necessários para cada papel previsto nos roteiros. Eles provêm as características essenciais das narrativas que serão postas em práticas pelos indivíduos em sociedade. São um dos pilares da construção dos roteiros da vida social, mas não são os

únicos e não exercem a maior influência nesse processo. Como os autores observam, a atuação dos cenários culturais sempre é interpelada e sofre interferências advindas dos próprios indivíduos que, diante do meio social que se defrontam, improvisam e criam novas "roteirizações" para suprir motivações e expectativas deles e dos outros com quem interagem. Gagnon e Simon chamam isso de "roteiros interpessoais" e "roteiros intrapsíquicos" (idem).

Para eles, os roteiros interpessoais transformam os atores sociais em "roteiristas", no sentido das pessoas tomarem para si a responsabilidade de ajustarem os seus roteiros de vida de modo que atendam as demandas e expectativas das outras pessoas, dos sujeitos com quem interagem, porque estas mesmas pessoas agem de acordo com seus próprios roteiros e, portanto, também esperam algo disso (idem, p. 99). Desse modo, fica claro como os roteiros de vida são postos em prática de modo que possamos atingir certos objetivos, suprir necessidades e motivações e, para isso, os roteiros das pessoas precisam entrar em congruência e se alinhar de certa forma, atendendo as expectativas de outros para que as delas mesmas sejam satisfeitas.

O conceito de roteiro tem certas semelhanças com os conceitos de plano ou projeto, na medida em que constitui uma unidade suficientemente ampla para abarcar elementos simbólicos e não-verbais numa sequência de condutas organizada e delimitada no tempo, por meio do qual as pessoas contemplam o comportamento futuro e verificam a qualidade do comportamento em andamento. Esses roteiros fornecem o nome dos atores, descrevem suas qualidades, indicam os motivos do comportamento dos participantes e estabelecem a sequência de atividades apropriadas, verbais e não-verbais, que devem ocorrer para que o comportamento se conclua com êxito e para permitir a transição para novas atividades. (GAGNON, 2006, p. 114)

Nesse sentido, os roteiros intrapsíquicos surgem como um atalho entre o mundo social e o "mundo privado de anseios e desejos" que se originam nas camadas mais profundas da psique humana. Aqui, "desejo" não se refere a um interesse específico em algo ou alguém, mas ao que esperamos sentir de determinadas pessoas ou coisas. "O desejo não pode ser reduzido a um apetite, um movimento, um instinto; ele não cria o self, ao contrário, é parte da criação do *self*"<sup>25</sup> (GAGNON, SIMON, 1986, p. 100).

Os autores mais uma vez salientam que estes três níveis de roteirização — cenários culturais, roteiros interpessoais e roteiros intrapsíquicos — não são idênticos em todas as configurações sociais ou para todos os indivíduos dispostos em qualquer cenário social. Todos estão envolvidos no processo de formação do comportamento ou das condutas sociais, mas

não de forma equivalente. Por exemplo, ações idênticas ou parecidas podem ser postas em práticas por uma multiplicidade de motivos e motivações parecidas ou até iguais podem dar frutos a comportamentos e condutas inteiramente diferentes (idem, p. 104).

Daí, desta perspectiva, o "sexual" não é visto aqui como uma motivação ou aspecto intrínseco do comportamento humano, mas como algo que se torna relevante quando é definido assim por uma vida coletiva ou quando uma experiência individual atribui um significado importante. Mais uma vez, nada disso é totalizante, visto que em cenários sociais onde a sexualidade e o sexo possuem grande relevância social, indivíduos podem experimentar isso internamente de forma menos intensa e vice-versa (idem, p. 104-105).

Esse processo de combinação e recombinação descontínuas e contínuas de recursos culturais e psicológicos, a fim de atender a exigências adaptativas, consiste, em parte, das maneiras pelas quais os projetos e as metas culturalmente fornecidos às pessoas contêm as motivações do comportamento e, em parte, do papel que esses projetos têm na moldagem e na coordenação das atividades verbais e não-verbais envolvidas na conduta sexual. (GAGNON, 2006, p. 113-114)

Dessa forma, os cenários culturais que lidam explicitamente com o sexual se ocupam em apontar objetivos e qualidades desejáveis em relações interpessoais, assim como usos específicos do tempo, dos gestos, das falas e dos lugares para o êxito sexual (GAGNON, SIMON, 1986, p. 105). Neste contexto, cabe aos indivíduos e aos roteiros interpessoais alinhar estes aspectos, de modo que estes sujeitos consigam se engajar em interações sexuais satisfatórias. Para tanto, estes sujeitos praticam uma observação ou controle de si constantes que, com o tempo, se torna uma encenação do *self* ou do eu. O que importa nesta perspectiva da roteirização da vida não é tanto a criação e a performance de um papel, mas a encenação de um drama, de um enredo (idem, p. 110).

Sendo assim, os roteiros sexuais trabalham para garantir performances sexuais adequadas, fornecendo respostas sexuais esperadas (prazer sexual). Um exemplo de roteiro sexual que Gagnon oferece em "Uma interpretação do desejo" são as fantasias masturbatórias, nas suas palavras,

[...] roteiros sexuais rudimentares, que incluem componentes seletos de roteiros de gênero previamente aprendidos, combinados com componentes sexuais novos que são mentalmente exibidos, em coordenação com a auto-estimulação genital ou de outra natureza. É por meio desse processo que a competência orgástica começa a ser convertida em desempenho orgástico, para muitos homens dessa cultura. (GAGNON, 2006, p. 133)

A competência orgástica seria aqui a potencialidade de se atingir o orgasmo, de se chegar ao gozo. O desempenho orgástico seria a performance exercida e direcionada para especificamente para isto, para o orgasmo.

Ainda neste diálogo, é possível construir um paralelo com as propagandas de gênero descritas por Erving Goffman (1987) em *Gender Advertisements*, onde ele explora uma espécie de linguagem do corpo mediada pela publicidade e seus objetos, produtos e símbolos, exibida principalmente por meio de imagens. Para Goffman, a exibição do gênero<sup>26</sup> faz parte de um processo de ritualização presente em contextos sociais, onde buscamos nos expressar de maneira compreensível e eficiente para os outros, que também produzirão respostas seguindo esta lógica. Estas expressões podem acontecer por meio de adornos e vestimentas, pela linguagem corporal, pelo tom da nossa voz, pelos produtos que consumimos e assim por diante. Estes comportamentos também servem para legitimar nossa posição na hierarquia específica de determinada situação, seja ela mais próxima da autoridade/dominação ou da submissão/subserviência.

Goffman alerta que estas exposições não são naturais, como se fossem inerentes ao corpo e ao comportamento humano, mas na verdade construídas e performadas ao longo da história dos seres humanos, adquirindo significados múltiplos e polissêmicos nesse curso. O autor atenta também para o fato de que as pessoas, em um número considerável de vezes, estão perfeitamente conscientes da forma como se exibem no meio social, o que significa que a depender do contexto, alguém pode efetivamente escolher quais aspectos corporais e simbólicos entrarão em jogo para dar "vida" a exposição desejada. Para Goffman (1987, p. 6), é nessas situações sociais que o indivíduo consegue dar significado ao que ele considera ser a sua identidade social, seja usando suas expressões, corpo ou objetos ao seu alcance, manifestando seus sentimentos e intenções. Todas essas informações ficarão disponíveis para as outras pessoas que fazem parte dessa interação, ajudando-as a desenvolverem também a forma como se exibem.

Ele argumenta que expressões não são instintivas, mas "socialmente aprendidas e padronizadas", e ainda que são as situações e contextos em que vivemos que evocam essas expressões e também organizam quando e de qual forma elas são manifestas. Assim, indivíduos não aprendem simplesmente como e quando se expressar, mas aprendem a ser "objetos" dotados de caráter e expressão, para quem isso tudo parece muito natural.

---

26 Tradução do termo *gender display*.

O que realmente compõe a natureza humana de homens e mulheres é, então, uma capacidade de aprender a fornecer e ler representações de masculinidade e feminilidade e uma disposição a aderir um cronograma de apresentação dessas imagens, e essa capacidade eles e elas têm pela virtude de serem pessoas, e não de serem mulheres ou homens. Pode-se muito bem dizer que não existe identidade de gênero. O que há é um planejamento para a representação do gênero. (GOFFMAN, 1987, p. 8)<sup>27</sup>

Partindo desse ponto, Goffman faz uma análise de como as imagens, e em especial as imagens fotográficas, funcionam como registros dos rituais sociais que participamos ao longo da vida, principalmente pela capacidade que têm de evocar estes ritos muito tempo depois de quando aconteceram, atestando o que eles informam sobre o nosso lugar no meio social. Diferente de pinturas, desenhos e esculturas, a imagem fotográfica resiste aos efeitos da deterioração, condensando em si um lapso temporal muito específico que pode ser revisitado depois.

As fotografias podem ainda ser de "sujeitos" ou de "modelos", separando a pessoa que está posando para a foto do que ela efetivamente está representando. Em determinadas imagens ou cenários essa distinção fica mais evidente como, por exemplo, em filmes ou peças teatrais, onde temos consciência clara de quem são os atores e de quem eles estão retratando. Em imagens comerciais esses limites tornam-se mais borrados, pois o objetivo deste tipo de imagem é convencer de que as pessoas que estão ali possuem de fato aquelas identidades no "mundo real". Em propagandas de TV, por exemplo, somos levados a acreditar que as pessoas ali mostradas são de fato uma família ou um grupo de amigos, ou possuem realmente o problema ou questão que estão apresentando na peça publicitária. Goffman aponta ainda que nestes tipos de imagens o intuito é nos fazer inferir ou deduzir o que está acontecendo na cena, pouco importando saber se as pessoas ali têm de fato um vínculo social.

Para Goffman, apesar de termos consciência que as imagens publicitárias são uma espécie de "faz de conta", nós somos levados a "simplificar" este tipo de conteúdo em relação a outros, como peças de teatro e filmes; tomando aquela propaganda como algo mais "simplório" e próximo das nossas rotinas, como as fotos de jornais ou os retratos que possuímos em casa. Em suma, imagens publicitárias adquirem uma espécie de valor ritualístico em nosso cotidiano, ou seja, informam muito mais sobre o contexto social em que vivemos e como nos comportamos do que somos capazes de pensar.

Eu quero agora argumentar que o trabalho do publicitário de dramatizar o valor do seu produto não é diferente do trabalho que a sociedade tem de infundir as situações sociais com significados cerimoniais e rituais facilitando a forma como as pessoas se orientam entre si. Ambos devem utilizar os recursos visuais limitados disponíveis em uma situação para contar uma história. Ambos devem transformar acontecimentos outrora opacos em formas facilmente legíveis. E ambos dependem dos mesmos dispositivos básicos: exibição de intenções, mapeamento micro-ecológico da estrutura social, tipificações aprovadas e a externalização gestual do que pode ser tomado como uma resposta interna. (GOFFMAN, 1987, p. 27)<sup>28</sup>

O autor indica que nas análises de gênero feitas em imagens publicitárias, o foco não deve ser apenas na identificação dos estereótipos presentes nelas, nem do que esses estereótipos informam sobre padrões de gênero presentes em nossa sociedade, mas também em como aqueles que compõem e posam para estas imagens se apropriam de materiais simbólicos, gestuais e corporais disponíveis para comunicar uma cena carregada de significado; como estes corpos alinhados com os objetos conseguem se transformar em expressão de gênero. É a partir da observação de várias configurações cênicas que podemos descobrir uma configuração linguística e ritualística mais sutil, mas nem por isso menos presente.

Tomo, então, o conceito dos roteiros sexuais e das propagandas de gênero amparado pelas análises de John Gagnon, William Simon e Erving Goffman para descrever algumas das estratégias de interação observadas em campo, no Twitter. Neste espaço encontram-se distribuídos inúmeros outros espaços e redes onde diversos comportamentos sociais podem ser observados, divergindo-se de acordo com o recorte em que estão inseridos.

No campo em que atuo, como dito anteriormente, algumas táticas, técnicas e métodos são postos em prática conjuntamente, de modo que asseguram e reafirmam performances sexuais esperadas, já existentes no imaginário sexual masculino. As práticas descritas aqui também possuem um objetivo, que é garantir visibilidade e engajamento para os seus praticantes, no caso, os donos dos perfis +18 e incitar o tesão, o prazer e talvez até o orgasmo nos internautas restantes.

Com as visitas ao campo e o processo de escrita do diário de campo, pude identificar algumas destas ações que serão descritas e analisadas de agora em diante. A primeira, e mais óbvia para mim, foi uma prática generalizada do RT. Esta sigla faz referência ao retuíte, uma das ferramentas mais conhecidas e usadas do Twitter. Como expus anteriormente, o RT é uma maneira de compartilhar uma publicação que não é sua, seja com um comentário adicionado a

ela ou não. Na rede de perfis +18, entretanto, o retuíte ganha outras conotações, estando cada vez mais associado a uma prática consciente e efetiva de divulgação e propagação destes conteúdos.

Navegando pelos RTs é possível constatar que as fronteiras territoriais são facilmente transponíveis, visto que perfis de diferentes nacionalidades se seguem e retuitam conteúdos entre si. Há também uma lógica de divulgação bastante comum em perfis comerciais e outras redes sociais, onde uma conta, ao publicar um conteúdo próprio no Twitter, marca outros perfis de “contas +18” como se estivessem promovendo também os conteúdos de amigos e contatos feitos na rede social. [Trecho retirado do diário de campo]

Quando um tuíte é retuitado, vários outros usuários que não seguem o perfil-autor da publicação podem vê-la e retuitá-la continuamente, mantendo o tuíte em constante circulação. É uma prática simples, mas que dentro do contexto de perfis produtores de conteúdo adulto, pode atrair grande visibilidade e engajamento para os donos destas contas.

Sendo assim, é comum ver o RT sendo exercido de duas formas distintas, mas que também podem aparecer juntas: 1) quando um usuário retuita uma publicação de outra conta, ajudando na divulgação desta; 2) quando o usuário faz uma publicação pedindo que os seus seguidores a retuitem, prometendo em troca algum tipo de gratificação, bônus, promoção, etc.

Figura 8 — *Voy a sortear 5 free pass en mi cuenta de...*



Fonte: Acervo pessoal, 2021



A figura 11 exemplifica bem estas duas situações. É um print de uma publicação cujo perfil eu não sigo, mas apareceu para mim pois foi retuitado por outra conta que sigo. O tuíte em si se aproxima de um anúncio em sua composição e estrutura. O texto menciona um sorteio de cinco acessos gratuitos em uma conta no Only Fans. Para participar de tal, os usuários devem retuitar o post em questão e publicar uma nude nas respostas do tuíte. Ao fim do texto, o dono do perfil disponibiliza ainda o link para mais uma conta em outro site de conteúdo adulto, o Just For Fans. O vídeo que acompanha o texto possui 45 segundos e mostra cenas do usuário se masturbando, recebendo sexo oral e performando penetração anal.

Vamos a mais um exemplo:

Figura 9 — *RT if u wanna be my bottom*



Fonte: Acervo pessoal, 2021

Nesta figura há uma relação direta entre imagem e texto. O sujeito exhibe quase seu corpo inteiro na foto, mostrando seu peito, barriga, braços, coxas, pernas e pênis ereto. A legenda "RT if u wanna be my bottom" significa "RT se você quer ser o meu passivo", ou seja, o autor do tuíte pede que aqueles que se excitarem e tiverem desejo de transar com ele sendo passivo deem retuíte em sua publicação. Nesse tuíte em específico, o conteúdo da imagem é essencial para que a mensagem textual tenha efeito, pois, além de mostrar o pênis

ereto do sujeito, também o apresenta deitado em uma cama, como se o ângulo de visão da foto fosse o próprio ângulo de visão do passivo que poderia estar ali.

Os produtores de conteúdo adulto não precisam necessariamente prometer algum tipo de benefício para os seus seguidores quando pedem o RT, podendo evocá-lo simplesmente para incitar algum tipo de interação com o tuíte, de modo que ele possa ser propagado na rede.

Em minhas visitas ao campo essa prática ficou tão evidente que, inúmeras vezes, me peguei vendo apenas retuítes durante vários minutos ou até horas seguidas. Como o produto final que estas pessoas elaboram não vai para o Twitter, e sim para plataformas como o Only Fans, a rede social de fato se torna um espaço de divulgação, onde seus usuários dispõe de várias estratégias para atrair visibilidade para o que querem vender fora deste site.

Outra estratégia roteirizada e observada em minhas visitas foi a centralidade dada ao pênis na confecção destas publicações. Veja bem, o material do qual falo aqui é muito imagético e, portanto, tem forte apelo visual. É mais fácil um tuíte ser composto apenas por mídia (imagem ou vídeo) do que apenas por texto escrito. Estes homens estão vendendo determinado tipo de conteúdo e, por isso, o uso das imagens é muito utilizado nas práticas de divulgação, como explicitado anteriormente.

Dessa forma, o pênis aparece como figura central nessas mídias, é o aspecto do corpo que mais aparece nas imagens, sejam fotos ou vídeos. Importante apontar também que a figura peniana que mais aparece é a de um pênis ereto, quase sempre reto e com tamanho acima da média normal. Ou seja, um pênis que pode ser chamado de "dotado" e é comumente visto em filmes ou outros materiais pornográficos.

Dessa maneira, os pênis geralmente aparecem como destaque nas fotos e vídeos, tanto sozinhos quanto acompanhados de outros corpos. Nestes casos, a própria ação executada nas imagens se dá em torno do pênis. Ele aparece sendo tocado, beijado, chupado, quicado. Se o sujeito em questão se identifica como "ativo" ou performa de "modo ativo" no sexo, a imagem e exibição de seu pênis se tornam imprescindíveis. [Trecho retirado do diário de campo]

Partindo disso, surgem algumas questões:

1. Onde estão os outros pênis? Os pênis mais ou menos retos e tortos, pequenos, médios e flácidos. Eles aparecem no Twitter? E quando aparecem, em que contexto estão inseridos? Quais os tipos de textos e imagens acompanham estes pênis?
2. A frequência da imagem do pênis ereto, reto e dotado é um indicativo de que os internautas desta rede sentem mais atração nesta fisionomia peniana?

Podemos também pensar esta estratégia pela ótica de um "objeto desestruturado", concepção pensada por Baudrillard (1993) em sua visão sobre a relação que estabelecemos com os objetos que consumimos em nossas vidas. Nesta acepção, o sentimento de paixão/posse que sentimos pelos objetos nos impede de consumi-los em sua totalidade, nos impede de satisfazer nossos desejos de forma integral. Dessa maneira, os objetos são consumidos pelas suas partes ou em série (desestruturados). Isso, que ele chama de "perversão sexual", se assemelha a forma como nos relacionamos com os outros, principalmente com as mulheres. Para o autor, a posse de um objeto tem proximidade com o sentimento de posse com a mulher. Seu corpo não é "consumido" por inteiro, ela é desintegrada em partes: seios, voz, coxas, ventre, genitália, rosto etc.

Assim como a posse atua sobre o descontínuo da série (real ou virtual) e sobre a escolha de um termo privilegiado, de igual maneira a perversão sexual consiste no fato de não se poder apoderar do outro como objeto de desejo na sua totalidade singular de pessoa, mas somente no descontínuo: o outro se transforma no paradigma das diversas partes eróticas de seu corpo com a cristalização objetual de uma dentre elas. (BAUDRILLARD, 1993, p. 107)

A estratégia da centralidade dada ao pênis evidencia essa descontinuidade relegada ao corpo que se exhibe pornograficamente online. Ele não é consumido por inteiro, mas por partes. Braços, peito, pernas, pênis, bunda e rosto tornam-se peças de um processo serial que forma um "objeto" por completo — o corpo do homem. A genitália aparece aqui talvez como a peça mais valiosa desse processo.

A terceira estratégia que elenco aqui tem a ver com os modos de interação que estes usuários propõem no site, não necessariamente atrelados ao RT. É comum ver estes sujeitos criando maneiras de interação com o público, seja fazendo perguntas, enquetes, pedindo opiniões acerca de vestimentas e apetrechos, enfim, qualquer coisa que incite o internauta a interagir com o tuíte. É bom lembrar que o Twitter é também uma rede social e, por isso, os usuários se sentem livres para agir de formas que escapem à lógica da divulgação pelo RT, realmente interagindo com os seus seguidores como amigos ou conhecidos em qualquer outra plataforma do tipo. Vamos a alguns exemplos.

Figura 10 — *First time wearing one of these, whatdya think?*



Fonte: Acervo pessoal, 2021

Na figura acima, o usuário efetivamente pergunta a opinião dos internautas sobre determinada coisa. A frase "First time wearing one of these, whatdya think?" que significa "Primeira vez usando uma dessas, o que vocês acham?" indaga os sujeitos o que eles acham do usuário usando a peça de roupa e pede que eles interajam por meio de comentários/respostas com o tuíte. Como a plataforma suprime imagens extensas para que os tuítes caibam na timeline, o internauta é ainda levado a clicar na foto ou no tuíte, para ver a imagem completa. A própria construção/engenharia do site faz com o que internauta interaja de maneira direta com a publicação, mesmo que ele nem queira exprimir algum comentário sobre o tuíte. Logo abaixo, é possível ler "Mostrar esta sequência", que indica que a publicação teve de fato algum tipo de interação.

Figura 11 — Marry me, fuck me, kiss me



Fonte: Acervo pessoal, 2021

O print acima é de um tuíte que comporta, na verdade, duas imagens acompanhadas de um texto. Aqui, trago apenas uma delas, pois a outra revela o rosto do autor da publicação e, como mencionado anteriormente, optei por não revelar a identidade nem o username dos sujeitos envolvidos na pesquisa. O tuíte em questão é um "tweet fixado", ou seja, é a publicação que "apresenta" o dono deste perfil e aparece no topo da sua página, contendo além das fotos, um texto que diz "Let me know" ou "me deixe saber", acompanhado de dois emojis que representam uma seta apontando para baixo e um rosto com uma língua para fora.

A primeira imagem mostra o sujeito em frente a um espelho, ele mesmo tirando a foto. Nela, podemos ver o internauta quase completamente nu, vestindo apenas uma cueca. Seus braços, peito e pernas estão à mostra, deixando os músculos bem aparentes. Com uma mão o usuário segura o celular e com a outra segura a base de seu pênis, que também está à mostra e ereto. A outra imagem é composta pelos símbolos do reply (resposta), do RT e da curtida, acompanhados das frases "marry me (case comigo)", "fuck me (me foda)" e "kiss me (me beije)" embaixo de cada símbolo, respectivamente, como podemos ver acima.

É interessante ver como neste tuíte em específico as ferramentas da própria plataforma podem ganhar outros simbolismos e funcionalidades pelos usuários, que as usam para demandar ou expressar desejos sexuais e afetivos. Na publicação em questão, é o usuário da conta quem delega significados para as ferramentas e a frase que ele usa, "Let me know", deixa claro que ele espera que os seus seguidores interajam com esta publicação e, conseqüentemente, com a imagem do seu corpo nu e pronto para uma atividade sexual. Curioso também que ao RT tenha sido atribuída a ação de foder, pois já se esperando que os usuários que interagem nesta rede procuram sexo ou, pelo menos, a possibilidade de se imaginar fazendo sexo, o dono do perfil garante que sua publicação será retuitada e, portanto, propagada rede afora no Twitter.

A última estratégia dos roteiros sexuais tuiteiros que descrevo é justamente a das descrições e classificações que estes próprios usuários atribuem a si mesmos. Quando cheguei ao campo, deparei-me com uma variedade de práticas sexuais distribuídas e categorizadas por diferentes fetiches, que incluem o binarismo ativo/passivo e dominador/submisso, as práticas com fluídos humanos, como urina e sêmen, as que emulam comportamentos animais (pet play), as que fogem da penetração sexual (frottage e gouinage), dentre outras. Estas classificações também aparecem ressaltando características corporais (pênis grande, altura do

corpo, presença de pelos), que levam também a categorizações dentro de tribos específicas (*bears, daddies, twinkles*, etc).

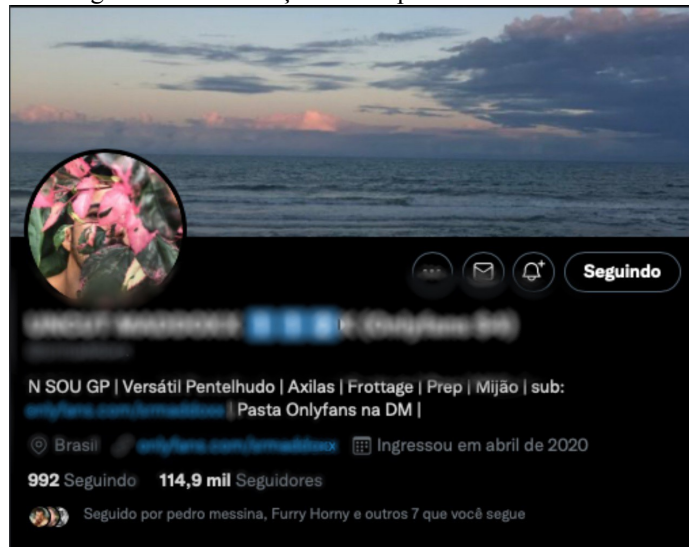
Aqui, me mantive aberto às classificações que estes sujeitos já apresentavam, para compreender tanto a linguagem e nomenclaturas utilizadas nesta rede, quanto o lugar de pertencimento que esses sujeitos reivindicam para si. Em vez de tentar separá-los em diferentes categorias, me mantive atento às que já apareciam no campo, pois como diz Bourdieu, em sociologia "classificar é classificar sujeitos que também classificam; é classificar coisas que têm como propriedade serem sujeitos de classificação" (2020, p. 21).

Sejam pessoas ou instituições, os objetos dos sociólogos se apresentam como já classificados. Eles são portadores de nomes e títulos que são tanto indicadores de pertencimento a classes quanto nos dão uma indicação de que significa classificar na existência ordinária. Se aquilo que o sociólogo encontra se apresenta como já classificado, é porque ele lida com sujeitos classificadores. (BOURDIEU, 2020, p. 26)

Se classificar no Twitter, na rede de perfis +18, é portanto se pôr dentro de um nicho de consumo e fazê-lo garante que as pessoas que curtem determinado tipo de fetiche ou de características corporais encontrarão contas específicas com este tipo de conteúdo, assegurando tanto o engajamento nestes perfis quanto a satisfação dos consumidores ávidos por pornografia.

No Twitter há um espaço reservado para se descrever — ou para descrever o seu perfil — nas chamadas bios. Elas aparecem logo no topo dos perfis, abaixo das fotos de capa e de rosto. Na prática, estas seções podem aparecer com frases de efeitos, memes, bordões, trechos de músicas, citações de filmes ou livros, links, tags, enfim, qualquer coisa que o usuário desejar. Nos perfis +18, no entanto, elas geralmente são usadas como uma forma de realmente descrever o que pode ser encontrado ali, salientando atributos físicos do sujeito, fetiches e práticas sexuais das quais ele é adepto, ocupações profissionais fora do âmbito sexual, o local onde ele reside e links para sites externos.

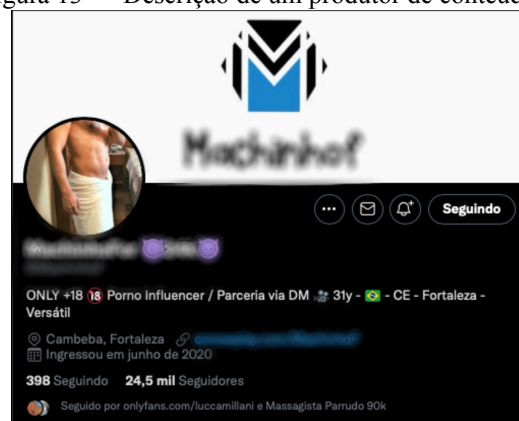
Figura 12 — Descrição de um produtor de conteúdo I



Fonte: Acervo pessoal, 2021

O print acima mostra o topo d página no Twitter de um produtor de conteúdo, incluindo a descrição que ele fez de sua conta. De cara, o usuário deixa evidente que não é um GP, sigla para "garoto de programa". Pelo resto da sua bio, podemos ainda inferir que ele tem pelos na região genital (pentelhudo), sente tesão em axilas, é adepto da prática de frottage<sup>29</sup>, faz uso de Prep e também gosta de urina nos atos sexuais. Ele ainda expõe que pelas DMs (mensagens diretas) envia pastas de conteúdo que ele publica em sua conta no Only Fans.

Figura 13 — Descrição de um produtor de conteúdo II



Fonte: Acervo pessoal, 2021

29 Prática sexual que se caracteriza pela fricção entre um pênis e outro. Comumente realizada por homens que não sentem prazer com a penetração anal. O nome tem origem francesa e pode significar “esfregar” ou “roçar”.

A descrição feita pelo internauta tem menos informações, mas cumpre a função de classificar este usuário dentro de algumas práticas e de um recorte de idade e localização. Aqui, este usuário se identifica como "porno influencer", se utilizando da nomenclatura recente e não oficial que tem surgido para denominar estes profissionais. A bio informa também a sua idade (31y), a cidade onde reside e a sua preferência sexual (versátil). Por essa descrição, ele também deixa claro que está aberto a parcerias profissionais e sexuais que podem ser combinadas via DMs.

Estas descrições não precisam, no entanto, vir necessariamente nas bios, podendo aparecer também nas próprias publicações veiculadas pela plataforma, como é possível ver na figura seguinte.

Figura 14 — Belo maduro tomando banho



Fonte: Acervo pessoal, 2021

Este tuíte apareceu para mim por meio de uma curtida dada por outro usuário que sigo. A foto em si não revela tanto do sujeito, pois sua cabeça está levemente inclinada para trás e uma de suas mãos cobre a maior parte do rosto. Podemos ver também o resto do seu corpo nu, coberto apenas por uma fina camada de sabão que escorre pelo seu corpo, passando pelos peitos, barriga e pênis.



A legenda aponta para a suposta idade do homem: Belo maduro tomando banho. O termo "maduro" indica uma categoria não oficial e popular de homens acima de 50 anos. Desse modo, o tweet anuncia o desejo ou excitação causadas pela figura desse homem mais velho e amadurecido. A imagem que acompanha também reforça isso.

### **3.2 Tecnologias de gênero e sexualidade: produção de subjetividades, prazer e desejo**

Em *Testo Junkie*, Preciado comenta que a pornografia é a maior propulsora da cibereconomia (p. 40) e que suas tecnologias foram e são responsáveis por estipular modelos de controle e existência dos corpos masculinos e da forma como se relacionam sexualmente (p. 31). Nesse sentido, a pornografia visual seria um dos dispositivos do capitalismo atual, atuando junto a ele na produção de símbolos, discursos e afetos que direcionam nossa forma de cuidar dos nossos corpos, de lidar com os outros e de nos entendermos enquanto indivíduos.

As pílulas anticoncepcionais, o Viagra, os vibradores, as técnicas para aumento do pênis, os apetrechos e brinquedinhos sexuais são alguns exemplos concretos do investimento que o capitalismo e o mercado fazem na indústria do sexo. A pornografia, e em especial a pornografia amadora, se destacam por porem o corpo humano como tecnologia do sexo e instrumento de trabalho ao mesmo tempo. "O corpo autopornográfico surgiu inesperadamente como uma nova força da economia mundial" (PRECIADO, p. 41). Neste contexto, não apenas os corpos físicos e os seus membros, mas a própria subjetividade dos indivíduos, seus desejos e excitações, sexualidade e prazer trabalham de forma conjunta, funcionando como verdadeiros motores de criação da economia contemporânea.

Essas transformações na forma de reconhecer e vivenciar a própria sexualidade tiveram início a partir do século XX, após a Segunda Guerra Mundial, quando o mundo passou por intensos avanços nas áreas das ciências, das tecnologias e das indústrias, incluindo âmbitos militares, médicos, midiáticos, comunicacionais, jurídicos e políticos. Foucault já preconizara esse fenômeno ainda nos anos 1970 (TEMPLE, 2013, p. 79), quando descreve uma nova forma de controle político sobre as pessoas, uma espécie de domínio que vai ancorar-se principalmente nos corpos transformando-os em força de produção e força de trabalho. Nesse contexto, o foco deste tipo de poder era justamente pôr em evidência a saúde, a força produtiva e a vitalidade dos indivíduos, principalmente através da medicina. Enquanto

o poder disciplinar visava adestrar, censurar e normatizar os corpos e as condutas dos indivíduos, a biopolítica — como nomeada por Foucault — pretendia “potencializar as forças do indivíduo enquanto ser vivo” (idem, p. 83).

Concretamente, esse poder sobre a vida desenvolveu-se a partir do século XVII, em duas formas principais; que não são antitéticas e constituem, ao contrário, dois pólos de desenvolvimento interligados por todo um feixe intermediário de relações. Um dos pólos, o primeiro a ser formado, ao que parece, centrou-se no corpo como máquina: no seu adestramento, na ampliação de suas aptidões, na extorsão de suas forças, no crescimento paralelo de sua utilidade e docilidade, na sua integração em sistemas de controle eficazes e econômicos — tudo isso assegurado por procedimentos de poder que caracterizam as disciplinas: anátomo-política do corpo humano. O segundo, que se formou um pouco mais tarde, por volta da metade do século XVIII, centrou-se no corpo-espécie, no corpo transpassado pela mecânica do ser vivo e como suporte dos processos biológicos: a proliferação, os nascimentos e a mortalidade, o nível de saúde, a duração da vida, a longevidade, com todas as condições que podem fazê-los variar; tais processos são assumidos mediante toda uma série de intervenções e controles reguladores: uma bio-política da população. As disciplinas do corpo e as regulações da população constituem os dois pólos em tomo dos quais se desenvolveu a organização do poder sobre a vida. A instalação — durante a época clássica, desta grande tecnologia de duas faces — anatômica e biológica, individualizante e especificante, voltada para os desempenhos do corpo e encarando os processos da vida — caracteriza um poder cuja função mais elevada já não é mais matar, mas investir sobre a vida, de cima a baixo. (FOUCAULT, 1999, p. 130)

Assim, a biopolítica se encarregará de controlar, medir e catalogar as doenças, as anomalias, os acidentes e os fenômenos biológicos, fisiológicos e também externos que podem acometer os indivíduos de forma negativa. Dessa maneira, ela se concentra em um escopo muito maior: o da população e dos seus processos biológicos. Assim, a principal veia por onde esse poder vai se alastrar é pela “tecnologia da sexualidade”, um conjunto de regras, valores e discursos que articularão o controle entre essas duas esferas: indivíduo e sociedade. “De um modo geral, na junção entre o "corpo" e a "população", o sexo tornou-se o alvo central de um poder que se organiza em torno da gestão da vida, mais do que da ameaça da morte” (idem, p. 137).

Avançando um pouco mais, para Preciado os avanços nos estudos sobre hormônios e na indústria farmacêutica foram os responsáveis por mudarem "radicalmente as noções arraigadas de identidades sexuais tradicionais e patológicas". (p. 28)

A partir desse momento, não só a pornografia e os discursos médicos e psicológicos regulavam as "verdades" sobre o sexo e sobre o comportamento sexual, mas procedimentos cirúrgicos, químicos, moleculares e químicos passaram a também interferir nesse processo,

agindo como novos dispositivos no que tange o controle e a produção discursiva de subjetividades, sexualidades e gêneros.

Esteróides, cirurgias de redesignação sexual, hormônios injetáveis e não-injetáveis, procedimentos estéticos de beleza, dietas, regimes de musculação, informações biocodificadas transmitidas por genes, células e tecidos; todos esses procedimentos são característicos do que Preciado chama de "regime farmacopornográfico" (p. 36), uma espécie de governo que sucede ou atualiza o regime industrial e o controle disciplinar que vigoraram até meados do século XX.

O sexo se desvincula então de sua dimensão reprodutiva/procriativa, passando a ser visto agora como uma fonte de prazer e desejos, fazendo surgir novas maneiras de vivenciar e experimentar a própria sexualidade, de se relacionar com outras pessoas e consigo mesmo, incluindo também um aumento de autonomia e independência com o próprio corpo.

Esse contexto pós-década de 1960 é marcado pela decadência da sociedade industrial, marcada pelo consumo de massas, fundado em um modelo familiar heterossexual e reprodutivo, e a ascensão de uma sociedade mais marcada pelos serviços, o consumo segmentado e o desenvolvimento de estilos de vida que permitem arranjos amorosos e sexuais mais flexíveis e não necessariamente reprodutivos. (MISKOLCI, 2014, p. 60)

Nesse sentido, a ciência (ou "tecnociência") se apodera de noções como identidade sexual, desejo, prazer, libido, masculinidade, feminilidade, heterossexualidade e homossexualidade para traduzi-las em moléculas, substâncias químicas e procedimentos científicos comercializáveis entre sujeitos e indústrias, multinacionais e instituições oficiais.

Isso pode ocorrer de várias maneiras, escrachadas ou mais sutis. Quando uma pessoa transexual, por exemplo, passa por um processo jurídico e médico que envolve procedimentos estéticos e químicos, ela está inserida nesse tipo de regime. A mesma coisa para um homem cis que toma um comprimido ou assiste pornografia para aumentar as suas chances de êxito sexual ou para uma mulher que utiliza remédios contraceptivos para regular as suas possibilidades de reprodução.

É possível construir aqui diálogos com o pensamento de Teresa de Lauretis sobre a categoria gênero, uma noção que se aproxima bastante dos aparatos tecnológicos de produção de subjetividade sexual propostos por Preciado. Para Lauretis (p. 208), nem gênero nem sexualidade são propriedades intrinsecamente humanas, muito menos naturais e anteriores aos indivíduos, mas sim produtos e processos produzidos por uma gama de tecnologias, aparatos e

dispositivos sociais, culturais e biomédicos; uma série de procedimentos que acontecem e se desenvolvem **no** corpo.

Gênero seria, na realidade, um termo que indica a posição social de determinada pessoa em relação a outra, uma "representação" desta relação, assumindo também que estes indivíduos se encontram dentro de uma classe (de gênero) e, portanto, as relações entre eles apontam para posições diferenciadas, hierarquias distintas, dentro desta classe e também em relação a outras classes sociais. Nesse sentido, cada indivíduo se faz "sujeito" no mundo ao adquirir uma posição demarcada em determinada sociedade, representada pela oposição dos binarismos biológicos homem-mulher. Lauretis afirma que esta estrutura é o que as feministas chamam de "sistema de sexo-gênero".

O sistema de sexo-gênero, enfim, é tanto uma construção sociocultural quanto um aparato semiótica, um sistema de representação que atribui significado (identidade, valor, prestígio, posição de parentesco, status dentro da hierarquia social etc.) a indivíduos dentro da sociedade. Se as representações de gênero são posições sociais que trazem consigo significados diferenciais, então o fato de alguém ser representado ou se representar como masculino ou feminino subentende a totalidade daqueles atributos sociais. Assim, a proposição de que a representação de gênero é a sua construção, sendo cada termo a um tempo o produto e o processo do outro, pode ser reexpressa com mais exatidão: "A construção do gênero é tanto o produto quanto o processo de sua representação". (LAURETIS, 1994, p. 212)

O gênero estaria presente, então, na sociedade como um vetor de força que interpela todos os indivíduos, independente deles se sentirem ou não definidos e/ou oprimidos por isso. A escolha do verbo "interpela" por Lauretis não é sem propósito, pois como ela mesmo afirma (tomando emprestado de Louis Althusser), a interpelação se constitui por um "processo pelo qual uma representação social é aceita e absorvida por uma pessoa como sua própria representação, e assim se torna real para ela, embora seja de fato imaginária." (LAURETIS, 1994, p. 220)

Contudo, não é por essa representação ser "imaginária" que ela seja menos concreta, ou produza efeitos menos reais ou tangíveis. Esta representação afeta tanto a forma como ela é construída num escopo social maior, quanto também a forma como ela se expressa subjetivamente, como se "autorepresenta". Ou seja, tanto o processo da representação do gênero, dessas relações sociais marcadas e definidas pelo binarismo biológico dos sexos, como o processo de autorepresentação, de se sentir pertencente a determinada posição e expressar isso, participam do processo maior de construção do gênero.

Lauretis parte da premissa foucaultiana da tecnologia sexual, "conjunto de técnicas para maximizar a vida", para chegar à sua concepção de tecnologias de gênero. As tecnologias sexuais ou da sexualidade são técnicas empenhadas em construir discursos, "verdades", sobre o sexo, a sexualidade e o comportamento sexual. Esses discursos, implementados e propagados pelas instâncias jurídicas, medicinais, psicológicas, pedagógicas e econômicas, serviram para moldar a subjetividade sexual dos indivíduos, ao mesmo tempo que eram absorvidas e atualizadas por eles mesmos.

Para pensar a noção de "tecnologia de gênero", Lauretis usa o exemplo da cinematografia. Ela retoma estudos críticos feministas sobre o cinema como um aparato tecnológico empenhado em construir uma certa imagem bem-definida da mulher ou do que é ser mulher, a partir de usos específicos de enquadramentos, iluminação, edição e caracterização de atrizes. Uma construção feita para ser consumida pelo olhar masculino como um objeto de desejo. Nesta perspectiva, a tecnologia de gênero supõe tanto um produto, uma representação de gênero a ser definida e performada, como uma plateia, que será interpelada e solicitada a responder a esta representação de alguma maneira.

Nas palavras de Preciado (2018, p. 118), "os dispositivos de filmagem — modos específicos de gravação, projeção, montagem, significação e decodificação — servem como um paradigma para conceber a produção de gênero e de subjetividade sexual", mas não apenas eles, como também os discursos institucionais e outros tipos de tecnologia possuem a capacidade de produzir símbolos e significados sociais que informam e propagam representações de gênero (LAURETIS, 1994, p. 228).

Lauretis admite ainda que os discursos oficiais e as tecnologias hegemônicas não são os únicos responsáveis pela construção do que se entende como gênero, mas as resistências em práticas micropolíticas também estão envolvidas nesse sistema, como a subjetividade e a autorepresentação. Assim, mesmo com as tecnologias predominantes e hegemônicas de gênero, os indivíduos conseguem encontrar outros caminhos para se tornarem sujeitos — no sentido de construir uma subjetividade —, assumindo outras posições nos discursos de representação de gêneros. Lauretis afirma que nesse contexto, os sujeitos podem "investir" em determinadas posições dependendo da recompensa emocional e hierárquica que esta pode proporcionar. (idem, p. 225)

Sobre a relação entre as tecnologias de gênero e as farmacopornográficas, Preciado diz:

Equivale a dizer que o sistema farmacopornográfico funciona como uma máquina de representação somática onde texto, imagem e corporalidade espalham-se no interior de um circuito cibernético expansivo. [...] O sujeito, simultaneamente o produtor e o intérprete desses signos, está constantemente implicado em um processo corporal de significação, representação e autorrepresentação. (2018, p. 118-119)

O regime farmacopornográfico aparece como uma nova espécie de capitalismo, onde o investimento financeiro dos sujeitos passam a ser em si mesmos, se tornando assim responsáveis pela produção de suas próprias subjetividades, desejos, prazeres e, conseqüentemente, pela forma como expressam e negociam isso através de identidades de gênero e orientações sexuais.

O biocapitalismo farmacopornográfico não produz coisas, e sim ideias variáveis, órgãos vivos, símbolos, desejos, reações químicas e condições da alma. Em biotecnologia e pornocomunicação não há objeto a ser produzido. O negócio farmacopornográfico é a *invenção de um sujeito* [grifo do autor] e, em seguida, sua reprodução global. (PRECIADO, 2018, p. 38)

Nesse contexto, as noções de masculino e de feminino só passam a fazer sentido quando são perpassadas e validadas pelos procedimentos característicos do regime farmacopornográfico, quando são comprovadas pelos "códigos normativos de reconhecimento visual", virando "convicções psicológicas invisíveis" afirmadas pelos sujeitos, quando estes se reconhecem como homem, mulher, gay, lésbica, bissexual, pessoa trans, assexual etc. (p. 112). Na conjuntura deste capitalismo biopolítico, o gênero aparece como algo modificável, intercambiante e instável, diferente do regime de controle disciplinar que via no sexo algo definido e natural, impossível de ser modificado (p. 116).

Preciado salienta ainda que a fotografia e as representações visuais e imagéticas constituem mecanismos importantes para a produção de uma "verdade visual", apontando que esta espécie de gênero farmacopornográfico, o "tecnogênero", precisa ser visto, performado, avaliado, posto à prova.

No regime farmacopornográfico, o gênero se constrói nessas redes de materialização biopolítica: ele se reproduz e se consolida socialmente ao transformar-se em espetáculo, em imagem em movimento, em dados digitais, em moléculas farmacológicas, em cibercódigos. Os gêneros masculino e feminino farmacopornográficos existem diante de um público, como uma construção somatodiscursiva de caráter coletivo, frente à comunidade científica ou a uma rede. O tecnogênero é biocódigo público, científico e da comunidade em rede. (PRECIADO, 2018, p. 128)

Todas estas tecnologias farmacopornográficas de gênero atuam com o objetivo de desenvolver nestes sujeitos uma "força orgásmica", uma força de criação e reprodução de prazer para si e para os outros. Preciado também chama isto de *potentia gaudendi*, uma "potência (presencial ou virtual) de excitação (total) de um corpo" (p. 44), e a compara à "força de trabalho" dos regimes industriais. A diferença é que, neste novo regime de controle dos corpos, essa força se imbrica em nossas vidas das maneiras mais sutis e diferenciadas, perpassando mídia e ciência.

A *potentia gaudendi* pode assim se manifestar na ingestão ou administração de componentes bioquímicos no corpo, no consumo de produtos midiáticos pornográficos, eróticos e de manuais sexuais, na venda de serviços sexuais, nas trocas de nudes, nos regimes de cultivo à beleza e aperfeiçoamento do corpo ou em um simples ato de masturbação.

O que o capitalismo atual tenta colocar para trabalhar é a *potentia gaudendi* [grifo do autor], seja qual for a forma em que exista: seja na forma farmacológica (uma molécula consumível e um agente material que vai operar dentro do corpo de cada pessoa que a está absorvendo), na forma de representação pornográfica (um signo semiótico-técnico que pode ser convertido em dado numérico ou transferido para mídia digital, televisiva ou telefônica) ou na forma de serviço sexual (uma entidade farmacopornográfica viva, com sua força orgásmica e seu volume afetivo colocados a serviço de um consumidor por determinado tempo, de acordo com um contrato mais ou menos formal de venda de serviços sexuais). (PRECIADO, 2018, p. 45)

Preciado chama de "cooperação masturbatória" o trabalho conjuntamente desempenhado por estes sujeitos, corpos e tecnologias na criação e reprodução de novas subjetividades, de comportamentos sexuais, de jeitos de ser e estar no mundo, de reconhecer e expressar os próprios desejos e prazeres.

Assim, a indústria do sexo (a pornografia, a prostituição, a comercialização de produtos e brinquedos sexuais, de drogas para aumento do rendimento sexual e para controle reprodutivo) constitui o principal meio por onde o regime farmacopornográfico e suas tecnologias vão se desenvolver e agir, tendo como suporte os corpos dos sujeitos. O prazer, a excitação, a ereção, o gozo, a ejaculação, os sentimentos de satisfação de si e dos outros constituem as matérias-primas desta forma contemporânea de capitalismo.

Hoje em dia, qualquer internauta que possui um corpo, um computador, uma câmera de vídeo ou webcam, uma conexão de internet e uma conta bancária pode criar a própria página pornô e acessar o cibermercado da indústria do sexo. O corpo autopornográfico emergiu inesperadamente como uma nova força da economia mundial. (PRECIADO, 2018, p. 41)

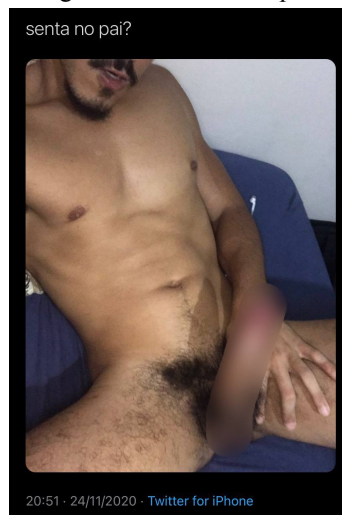
Como explicado no capítulo anterior, cheguei a identificar no campo de pesquisa algumas estratégias postas em prática pelos sujeitos para aumentar os seus níveis de visibilidade e engajamento na plataforma, ao mesmo tempo que — propositalmente ou não — reforçam determinados marcadores de gêneros, enquanto atualizam ou desfazem outros. Aqui retomo duas dessas técnicas: a centralidade do pênis nas publicações e o hábito de se descrever e se classificar na plataforma.

Os pênis vistos no Twitter podem ser pênis singulares, de pessoas específicas e distintas, mas são também um pênis que funciona como figura de provocação e prazer, como instrumento de trabalho, como estratégia de marketing, como tecnologia ou objeto sexual, como símbolo de uma masculinidade virtualizada, online, desejosa e desejada, viril e sempre na iminência de gozar. *Potentia gaudendis*.

Para Preciado, tanto pênis quanto vaginas viram "biocódigos" no regime farmacopornográfico, componentes corporais que podem ser comercializados, suscitando reações de prazer e excitação, provocando desejos e atuando como símbolos semióticos que informam formas tradicionais e atualizadas de sentir prazer, de chegar ao gozo, de incitar desejo em outras pessoas. Aqui, o pênis não é mais apenas um membro genital dos corpos lidos como masculinos, mas um item rentável e monetizável, que pode ou não estar associado à figura do homem.

Vamos a alguns exemplos:

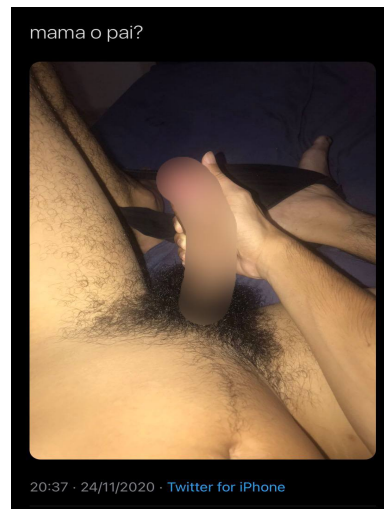
Figura 15 — Senta no pai?



Fonte: Acervo pessoal, 2021



Figura 16 — Mama o pai?



Fonte: Acervo pessoal, 2021

As imagens mostradas acima foram publicadas no mesmo dia, em espaços de tempo não muito distantes um do outro. As fotos, que mostram o pênis ereto do usuário em diferentes ângulos e posições, são acompanhadas das legendas “senta no pai?” e “mama o pai?”. É evidente o foco dado ao pênis em ambas as imagens, demonstrado tanto pelo registro visual do pênis ereto sendo segurado pelo sujeito, quanto pela escolha das palavras "senta" e "mama", verbos que no contexto sugerido pelo usuário propõem uma série de ações que acontecerão em torno deste órgão genital.

A confecção destas imagens, bem como as legendas que as acompanham são pensadas de forma estratégica para atrair a atenção dos outros internautas. O pênis aparece como objeto de desejo, é exposto como componente monetizável do corpo desse sujeito e afirma implicitamente a posição sexual de preferência do usuário, ao mesmo tempo que incita em outras pessoas o desejo de ser passivo, de efetivamente "sentar" ou "mamar" este pau. A escolha do adjetivo “pai” denota o desejo do dono do perfil em se afirmar como dominador em potencial dessa relação, revelando também as noções veladas de poder e hierarquia que permeiam as relações sexuais.

A prática de se descrever no Twitter, como dito antes, geralmente ocorre nos espaços próprios para isso: as bios, onde os internautas podem escrever informações sobre si que eles acham pertinentes de serem conhecidas. Porém, como também foi explicado, estes homens podem usar descrições e classificações de outras maneiras, como nos tuítes, onde elas

geralmente apontam para determinado tipo de prática sexual ou pertencimento a uma categoria/tribo sexual definida.

Figura 17 — Já serviu seu macho hoje?



Fonte: Acervo pessoal, 2021

A publicação acima é do internauta que na imagem está posicionado de joelhos. A foto completa retrata os dois homens se encarando, sorrindo discretamente um para o outro. O texto do tuíte diz "Já serviu seu macho hoje?" e é acompanhado também das tags #gaysex, #gay, #gaybrasil, #gayporn, #porn, #sex, #bear, #musclebear, #gaybear e #hairy. Aqui, a pergunta feita na legenda indica que nesta relação há um "macho", no caso, o homem que está de pé. Pela composição da frase principal e da imagem, podemos perceber como nesta cena em específico é evocado um binarismo homem-mulher e, também, uma relação polarizada de dominância e submissão. O ato de "servir" o macho supõe que uma das pessoas nesta interação está em posição de subserviência, enquanto o outro, o "macho", é servido.

A imagem complementa este imaginário ao retratar um dos usuários envolvidos na cena ajoelhado diante do outro e, portanto, em posição de sujeição. Os outros elementos textuais, como as tags, indicam classificações de pertencimento (#bear, #gaybear), de características físicas (#hairy, #musclebear) e do tipo de material produzido (#gayporn). Aqui, retomamos o pensamento de Preciado quando ele afirma que é característico do regime farmacopornográfico os sujeitos criarem narrativas sobre si, geralmente afirmando desejos e identidades próprias enquanto performam isto para outros verem. A mensagem desta

publicação ganha ainda mais força quando se toma conhecimento de que os sujeitos da imagem são namorados, reforçando o imaginário sexual de um homem que domina a relação sendo ativo, se aproximando do ideal de masculinidade, e de outro que "serve" o seu ativo sendo submisso a ele, se aproximando da noção de feminilidade.

A descrição acima nos mostra como, em determinado espaço e a depender do contexto, indivíduos de subjetividades dissidentes conseguem encontrar possibilidades para expressar seus comportamentos e desejos que "fogem da norma" heterossexual vigente no mundo ocidental. Neste caso, vimos como dois homens, possivelmente homossexuais, usam uma experiência íntima e geralmente relegada à esfera privada para fazer contato com outros indivíduos que possam se identificar com esta vivência. Importante apontar que não apenas o sexo é visto como uma coisa que deve ficar no campo das intimidades, mas o sexo gay é ainda mais repellido para este âmbito.

Aqui, quero demonstrar que esta fuga à norma não se trata de um completo desvio às conhecidas imposições de gênero, pois ela mesma se utiliza dos binarismos e da linguagem tão amplamente utilizadas e propagadas pela lógica heterossexual. Apesar de estarem exibindo o que parece ser o início de uma ação sexual entre dois homens, algo que aparentemente pode ser lido como dissidente, o usuário se vale de um discurso heterocentrado para descrever a potencial relação entre os dois. Mesmo retratando uma ação sexual entre dois corpos lidos como masculinos, a linguagem utilizada na publicação alude a uma relação entre dominância e subserviência, aspecto que pode ser encarado como indicativo de um ato que se dá entre um polo mais masculino e dominador e outro mais feminino e submisso.

Para Monique Wittig, é difícil escapar desses discursos da heterossexualidade pois eles se infiltram em nossas vidas por vários vetores, dos mais sutis aos mais visíveis. Eles constroem uma suposta verdade acerca das nossas subjetividades e dos nossos comportamentos sexuais e se tornam naturalizados no seio social, imbricando-se no senso comum e no imaginário de toda uma sociedade.

Segundo ela, estes discursos nos oprimem porque nos roubam a possibilidade de enunciar e performar nossas subjetividades por outras linguagens e categorias e agem de maneiras materiais e psíquicas em nossos corpos, constituindo maneiras de opressão tanto "virtuais" quanto tangíveis em nossas vidas.

Wittig é categórica ao afirmar que as mídias materiais — a pornografia, os filmes, as imagens publicitárias, os jornais, as revistas etc. — constituem um discurso que diz: "as

mulheres são dominadas". E aqui gostaria de reforçar que, em minha concepção, "mulheres" não se referem apenas aos corpos lidos e codificados como sendo mulheres, mas a todo o universo de referências simbólicas e semióticas que comumente associamos à figura da mulher ou das mulheres.

Ela ainda cita a pornografia como uma das formas de discurso mais violentas e opressoras que existem na sociedade, por construírem uma imagem feminina e exporem esta para o olhar desejante masculino e por estipularem e ensinarem técnicas de prazer e comportamento voltadas para os homens, excluindo a ação e o agenciamento das mulheres nesse processo. E apesar de esse (e outros) discurso(s) parecerem demasiado abstratos, as consequências são inteiramente materiais e visíveis na sociedade.

E não só a pornografia e outras produções da mídia de massa estão envolvidas nisso, mas os próprios discursos advindos das ciências modernas, da sociologia, dos estudos em gênero e sexualidade e até das teorias feministas estão imbricados nessa produção, uma vez que criam teorias, ideias e concepções ainda se utilizando dos binarismos homem/mulher, macho/fêmea, masculino/feminino. Monique Wittig chama isto de "pensamento hétero", que ocorre justamente porque a relação heterossexual, que ela chama de relação social obrigatória entre "homem" e "mulher", ainda é tomada como natural e definitiva na história da humanidade, desprovida de uma interpretação crítica e política mais aprofundada.

Posso apenas sublinhar o caráter opressivo de que se reveste o *pensamento hétero* na sua tendência para imediatamente **universalizar a sua produção de conceitos em leis gerais que se reclamam de ser aplicáveis a todas as sociedades, a todas as épocas, a todos os indivíduos**. Assim, fala-se de conceitos como *a* troca de mulheres, *a* diferença entre os sexos, *a* ordem simbólica, *o* Inconsciente, Desejo, jouissance, Cultura, História, **dando um significado absoluto a estes conceitos, quando são apenas categorias fundadas sobre a heterossexualidade, ou sobre um pensamento que produz a diferença entre os sexos como um dogma político e filosófico**. (WITTIG, 1980, p. 9)<sup>30</sup>

Dessa maneira, o pensamento hétero seria responsável então pela criação de toda uma cultura e um seio social cujas principais ideias, teorias e concepções de mundo estão pautados por essa lógica heterocentrada que divide as coisas entre o que é de "homem" e o que é da "mulher". A abundância de especialistas, instituições e tecnologias que produzem este discurso afeta a todos nós no nível do inconsciente, ordenando assim a maneira como nos entendemos e a forma como nos relacionamos com outras pessoas.

Qualquer forma de discurso que fuja disso, como por exemplo a homossexualidade, é evidentemente incapaz de construir outras formas hegemônicas de se pensar a cultura e a sociedade, pois o pensamento hétero sempre supõe um binarismo, uma diferenciação entre sexos, para que os indivíduos possam se constituir e assim tomar determinadas posições nas sociedades que habitam. E essa diferenciação sempre também deduz que um outro será dominado, que este estará em uma posição social de hierarquia mais baixa que este outro.

Assim, o pensamento hétero se dá em uma configuração onde aqueles que se aproximam mais do que é lido como homem e se apropriam mais do aparato discursivo e simbólico associados aos homens estarão em posição de vantagem sobre os outros, os dominados, àqueles que falharam em se aproximar dos símbolos sociais masculinos e, portanto, estão mais próximos da esfera simbólica do feminino e das mulheres.

A sociedade heterossexual é a sociedade que não oprime apenas lésbicas e homossexuais, ela oprime muitos diferentes/outros, oprime todas as mulheres e muitas categorias de homens, todas e todos que estão na posição de serem dominadas(os). [...] Por exemplo, o conceito de diferença entre os sexos constitui ontologicamente as mulheres em diferentes/outras. Os homens não são diferentes, os brancos não são diferentes, nem o são os senhores. Mas os pretos, tal como os escravos, são. Esta característica ontológica da diferença entre os sexos afeta todos os conceitos que integram o mesmo aglomerado. (WITTIG, 1980, p. 11)

Apoiando-se nesta perspectiva de Monique Wittig e também em outras de Michel Foucault e Judith Butler, Preciado (2018, p. 76) formula o que ele chama de sexopolítica, uma forma de dominação e ação biopolítica que surge com o capitalismo contemporâneo. Em sua acepção, tanto "o *sexo* [grifo do autor], sua verdade, sua visibilidade, suas formas de exteriorização", como "a *sexualidade* [grifo do autor] e as formas de prazer normais e patológicas" e a raça são os três principais vetores por onde esses discursos hegemônicos e totalizantes se enveredam, produzindo uma gama de ideias e concepções que permeiam o nosso senso comum, nossos corpos e nossas subjetividades.

Podemos assumir, dessa maneira, que mesmo na rede de perfis +18 do Twitter que pesquiso — uma malha comunicacional de perfis de usuários masculinos que interagem afetivo-sexualmente entre si e um espaço onde o material multimídia pornográfico exhibe vivências e comportamentos sexuais que se dão entre corpos codificados como homens — o pensamento hétero persiste na linguagem utilizada, nos códigos e símbolos evocados.

Essa lógica binária de oposição entre masculino e feminino acaba escapando pelas brechas, preenchendo determinadas lacunas de comunicação, mas pode também ser posta em

prática de maneira consciente e proposital, pois ela mesma demarca posições hierárquicas de poder e dominação. E ainda mais, ela pode ser utilizada como uma estratégia de visibilidade dentro da rede, essencial para estes homens que trabalham com a comercialização de suas imagens e de seus corpos.

Em sua pesquisa realizada em chats virtuais frequentados por homens que se relacionam com outros homens, Miskolci também nota um movimento de identificação em torno do que é comumente lido como masculino. Ele cita a ênfase que os sujeitos dão aos corpos malhados e sarados, e as classificações geralmente utilizadas como "macho", "brother", "brow" e "mano", práticas que tentam aproximar esses indivíduos de uma suposta masculinidade hegemônica.

Para Miskolci, esse conjunto de ações funciona como uma maneira de afirmar o pertencimento desses sujeitos a uma esfera de masculinidade e, mais ainda, de uma masculinidade heterossexual; onde não apenas o corpo do homem heterossexual, mas também seus gestos, vestimentas, comportamentos e outros códigos serão desejados e também produzidos, de certa maneira. Nesse sentido, estes sujeitos trabalham para produzir e performar a imagem idealizada de um homem, que será também objeto de consumo para estas mesmas pessoas.

A própria figura do pênis, tão presente na maior parte do material visto e coletado, pressupõe a imagem de um homem (mesmo que ele não seja exibido) e, portanto, implica que ele deve estar na posição de dominador. Aqueles que estão fora da imagem, os internautas, a plateia que observa e responde a isso de alguma maneira, são os outros "dominados" nessa relação imaginária e virtual que acontece em rede. Em outro momento, estes indivíduos podem trocar de posições, assumindo outras hierarquias — a lógica binária heterossexual, no entanto, permanece.

Estes corpos do Twitter são permeados por fluxos informacionais e comunicacionais, operam dentro destes circuitos e são afetados por eles, na medida em que produzem e reproduzem subjetividades e modos de comportamento afetados pelas tecnologias farmacopornográficas do capitalismo contemporâneo. Viram verdadeiras interfaces multimídia, se apropriando de diversos recursos e dispositivos fotográficos, cinematográficos, audiovisuais e comunicacionais para pôr em prática e registrar seus comportamentos sexuais, desejos e subjetividades.

Christine Greine e Helena Katz (2006) afirmam que esse ajuntamento da interface biológica do corpo humano com o fluxo de informação e transmissão que perpassa por ele dá origem a outro corpo, que elas chamam de "corpomídia". Impulsionado pelos processos comunicacionais e tecnológicos em expansão, o corpo deixa de ser uma entidade recipiente e passiva, dotada apenas de habilidades biológicas e fisiológicas, para se tornar também um dispositivo de comunicação no mundo contemporâneo, um registro visível e audível de processos culturais e sociais que perpassam mudanças em âmbitos como o gênero e a sexualidade.

Nesta perspectiva, os indivíduos habitam um "ambiente contextual" permeado de mensagens que serão absorvidas e transmitidas pelos organismos que nele estão. O corpomídia é, portanto, um corpo que seleciona as mensagens dispostas diante dele e as transmite num processo de "contaminação", independente do seu objetivo.

O corpo não é um meio por onde a informação simplesmente passa, pois toda informação que chega entra em negociação com as que já estão. O corpo é o resultado desses cruzamentos, e não um lugar onde as informações são apenas abrigadas. É com esta noção de mídia de si mesmo que o corpomídia lida, e não com a idéia de mídia pensada como veículo de transmissão. (GREINER; KATZ; 2006, p. 131)

Além disso, o corpomídia está sempre em movimento, pois o seu processo de recepção e retransmissão de informações está inserido em contextos onde estas mensagens se entrecruzam, se sobrepõem e se esbarram, se assemelhando a uma verdadeira rede ou malha comunicacional. O corpomídia tenta dar conta disso e, por isso, precisa se atualizar, se remodelar e se transformar em uma variedade de corpos-mídias que constroem e performam subjetividades ultrapassadas e inteiramente novas.

Na rede onde os perfis +18 existem e atual, há sujeitos inseridos em um regime de produção de desejo e prazer, um regime farmacopornográfico, onde diversas estratégias, códigos, técnicas e símbolos são empregados para informar determinadas práticas e comportamentos sexuais, ao mesmo tempo que brincam com o imaginário sexual de outros internautas. Estes indivíduos são seres feitos de carne e ossos, de sangue e sêmen, de paus e cus, mas também são constituídos por informações e mensagens que viajam pelos seus corpos, agora interfaces, e pela plataforma. Constituem um grande corpomídia, um acoplamento entre carne e algoritmos, cujo intuito é pôr para trabalhar uma força orgásmica,

uma potência de gozo e de prazer que são continuamente incitadas e excitadas por eles e neles mesmos.

### **3.3 Pornotopia, transparência e exposição: capitalismo farmacopornográfico**

O Twitter, o Only Fans, o Just For Fans, o XVideos, o Privacy e o Câmera Privê, dentre outro, são plataformas midiáticas que brincam com a produção e consumo de prazer através de interações, trocas de informação, veiculação de fotos, vídeos, áudios, propagandas e outras formas de publicidade. São espaços onde os internautas constantemente se comunicam com outros ou com a própria plataforma oferecendo dados, incitando o desejo e esperando o gozo de alguma maneira.

Podemos dizer que estas plataformas constituem espécies de "não-lugares" onde diversos espaços se justapõem e práticas variadas podem ser observadas, nas quais o sexo, o corpo e a sexualidade tornam-se elementos centrais na produção de prazer, de subjetividades e também de capital financeiro. De certa maneira, podemos nos aproximar da percepção de pornotopia, um "mecanismo capaz de produção pública do privado e espetacularização da domesticidade" nas palavras de Preciado (2020, p. 9).

Afastando-se um pouco da noção mais abrangente do regime farmacopornográfico, Preciado pensa a pornotopia quando se dedica a estudar o império midiático-arquitetônico construído por Hugh Hefner com a invenção da Playboy nos anos 1950. O que começou com a publicação de uma revista voltada para o público masculino logo tornou-se algo muito maior, abrangendo toda uma produção espacial e arquitetônica, bem como o avanço de uma estrutura midiática que atingiu outros meios de comunicação, como a televisão.

Para Preciado, a criação da Playboy vai afrontar as relações tradicionais entre sexo, gênero e arquitetura até então vigentes justamente por tornar públicas toda uma série de práticas até então consideradas íntimas e privadas do casal heterossexual da família nuclear, instaurando também uma nova forma de performar a masculinidade, tirando o homem do seu papel de provedor e protetor da família para um mais "relaxado", onde ócio, diversão, prazer e trabalho vão se misturar. (2020, p. 28)

Assim, a invenção da Playboy e de todo o seu conglomerado que inclui mansões, clubes, hotéis, revistas, reality shows etc., se situa na transição de um período capitalista mais rígido, no qual trabalho e lar se constituem como esferas separadas com pessoas específicas



dentro desses espaços exercendo papéis particulares, para um mais flexível, no qual as noções entre público e privado ficarão mais borrados, assim como noções engessadas de masculino e feminino.

Hefner não hesita em definir o trabalho da Playboy como uma "precursora da revolução sexual" com um impacto comparável ao dos movimentos feministas, antirracistas e descolonização. No entanto, será mais prudente entender o discurso da Playboy como a ponta de lança de uma mutação em curso nas linguagens dominantes que levaria os regimes disciplinares típicos do século XIX (dos quais o macarthismo era uma manifestação extrema) às formas de controle e produção capitalista flexíveis que caracterizarão o final do século XX e o início do século XXI e que conduzirão à consolidação de novas identidades sexuais, novas formas de masculinidade e feminilidade, capazes de funcionar como novos centros de consumo e produção farmacopornográficos. (PRECIADO, 2020, p. 48-49)

Nesse sentido, o desvelamento do doméstico é um dos principais pontos no que concerne a criação da pornotopia. Esse processo se inicia nas revistas da Playboy, com a produção de imagens contendo modelos, atrizes e outras mulheres famosas nuas. O avanço vem depois com as incontáveis matérias jornalísticas sobre a mansão de Hugh Hefner e em seguida com o surgimento de reality shows que mostram o interior de sua casa infestada de homens ricos e famosos cercados por mulheres jovens, bonitas e fantasiadas, as coelhinhas.

Vemos aqui então o esforço de um conjunto midiático que inclui mídia impressa e televisiva em criar uma nova noção de domesticidade, na qual o prazer, o desejo e o gozo se encontram no conforto de uma casa e, para além disso, em produzir uma nova forma de expressar a própria masculinidade, incluindo práticas corporais e objetos de consumo. Preciado cita como exemplo as páginas duplas que revelam o corpo inteiro da *Playmate* da edição e a própria arquitetura da mansão Playboy, equipada com câmeras, espelhos e vidros onde todos podem ser vistos a qualquer momento.

Esse não é simplesmente um processo de exibição de uma domesticidade que já existe, mas a produção de uma nova ficção de domesticidade através do próprio processo de sua representação midiática. A invenção da pornotopia é a produção de uma domesticidade orquestrada e coreografada com dispositivos técnicos de vigilância e de reprodução audiovisual. (PRECIADO, 2020, p. 85)

É importante apontar como o desvelamento desta domesticidade ocorre através de um olhar do homem, com a sua perspectiva sendo posta em evidência. Nas reportagens fotográficas produzidas para a Playboy, o leitor sempre vê as imagens numa perspectiva de primeira pessoa, como se estivesse espiando a modelo fotografada. Posteriormente, na criação das mansões, clubes e hotéis, os homens têm vista privilegiada das modelos contratadas para

atendê-los através da disposição de espelhos e vidros que deixam à mostra tudo que acontece nos espaços. O próprio Hugh Hefner tinha em seu quarto diversas câmeras que monitoravam os cômodos de sua casa. Preciado ressalta que esse "olho masculino" não é necessariamente uma parte biológica do homem, mas sim uma "estrutura política do olhar", o "receptor universal da imagem pornográfica". (2020, p. 70).

É interessante notar como aqui o vidro e a sua qualidade de transparência aparecem como componentes constitutivos dessa visibilidade exacerbada e dominante no conglomerado Playboy. Seja sendo utilizado na fabricação de câmeras, vidros e espelhos espalhados pelos estabelecimentos que fazem parte da empresa, na qualidade vítrea das piscinas construídas dentro destes locais ou até mesmo em um plano mais simbólico, como quando por exemplo temos um ensaio fotográfico feito sob a perspectiva de um olho mágico que tudo vê, o vidro surge como esse material que revela tudo mas também mantém uma determinada distância do objeto que é observado.

Jean Baudrillard (1993) já levanta essas questões quando fala sobre a ambiência, que seria a relação que determinados objetos constroem em um espaço para suscitar sentimentos específicos. Na ambiência, a lógica de distribuição e uso dos objetos em um local não está mais tão associada às suas funcionalidades, utilidades particulares ou beleza, mas sim a fabricação de um conjunto de coisas que terá êxito ao desenvolver uma relação social que se dá entre homens e objetos, produzindo afetos e subjetividades. (p. 46)

Assim, para Baudrillard, o vidro aparece como material modelo da ambiência por manifestar ideais de objetividade, higiene, pureza, modernidade e credibilidade. O vidro não precisa evoluir para acompanhar os avanços tecnológicos, como outros materiais fazem, ele já se encontra em seu ponto máximo. Ele cobre os outros objetos ao mesmo tempo em que os deixa serem vistos. Com o vidro não há erros, nem confusões, pois através dele tudo pode ser observado e percebido, "o vidro é bem uma espécie de grau zero da matéria", (1993, p. 48).

Mas o vidro principalmente materializa de forma extrema a ambiguidade fundamental da ambiência: a de ser a um só tempo proximidade e distância, intimidade e recusa da intimidade, comunicação e não-comunicação. Embalagem, janela ou parede, o vidro funda uma transparência sem transição vê-se, mas não se pode tocar. A comunicação é universal e abstrata. Uma vitrina é encantamento e frustração, a própria estratégia da publicidade. (BAUDRILLARD, 1993, p. 48)

Podemos nos atrever a dizer que na modernidade não é apenas a concretude do vidro que se impõe como material absoluto e perfeito da ambiência, mas é a sua propriedade física e

abstrata de transparência que se instaura como elemento ideal na construção destes espaços e na fabricação de imagens cada vez mais publicitárias. Ora, na produção das reportagens fotográficas da Playboy, as modelos e atrizes aparecem completamente nuas, não há nada mais a ser mostrado, tudo pode ser visto. O vidro e a transparência desvelam a domesticidade mencionada por Preciado.

Esse ideal de transparência torna-se ainda mais efetivo e persistente na sociedade contemporânea ou no que Byung Chul Han (2017) vai chamar de sociedade da transparência. Aqui esta propriedade perpassa os âmbitos da política e da informação, chegando a se instaurar como norma cultural no seio da sociedade. Para o filósofo, a transparência se torna absoluta quando elimina a negatividade, entendida aqui não como algo necessariamente negativo ou ruim, mas como algo que suscita o mistério, o questionamento, a tensão e a alteridade. Há então um excesso de positividade e também de transparência, que eliminam o reconhecimento do outro e tornam tudo e todos iguais, em um plano de superficialidade.

Não só as imagens ou os espaços são incutidos de transparência, mas a própria linguagem, a comunicação e as informações também são incluídas nesse processo. Han aponta para uma demanda cada vez maior para uma comunicação objetiva, precisa e direta em nossa sociedade, sem margem para erros ou interpretações mais criativas. O excesso de informações, seja pelos meios de comunicação ou pelas plataformas acessadas em nossos smartphones, também constituem uma característica dessa sociedade excessivamente transparente e positiva.

No que tange a natureza desta pesquisa, o vidro e a transparência aparecem como elementos concretos nos aparelhos que manuseamos no dia a dia. Primeiro nos aparelhos televisores, depois nos computadores e agora em nossos *smartphones*, as telas incorporam esses aspectos de maneira excepcional, deixando à mostra tudo que acessamos pela internet. O apreço por essa transparência é notável quando paramos para pensar nas mudanças que os aparelhos celulares sofreram nos últimos anos. As telas ficam cada vez maiores ocupando todo o espaço disponível dos dispositivos, tornando-se um componente fundamental dessas tecnologias.

Ademais, com o tempo elas se tornaram sensíveis ao toque nos dando a possibilidade de agora, literalmente, tocá-las e manipular o “mundo” que se apresenta através delas. Podemos tocar nos corpos que gostamos, descartar ou ignorar mensagens que nos desagradam e manipular características dos nossos rostos com apenas um clique. Além do visual, as telas

possuem agora uma característica eminentemente tátil e, em determinados contextos, quase erótica. As telas tocáveis dos smartphones atualmente expressam muito bem o ideal de transparência absoluta, de veracidade e de falta de “obstáculos” na comunicação que autores como Baudrillard e Byung Chul-han elencam quando discursam sobre a sociedade moderna e pós-moderna.

O veredicto da sociedade positiva é este: "Me agrada". É significativo que o facebook se negue coerentemente a introduzir um *emotion* de *dislike button*. A sociedade positiva evita todo e qualquer tipo de negatividade, pois esta paralisa a comunicação. Seu valor é medido apenas pela quantidade e velocidade da troca de informações, sendo que a massa de comunicação também eleva seu valor econômico e veredictos negativos a prejudicam. Com *like* surge uma comunicação conectiva muito mais rápida do que com o *dislike*. Transparência e verdade não são idênticos. A verdade é uma negatividade na medida em que *se* põe e impõe, declarando tudo como o *mais* falso. Mais informação ou um acúmulo de informações, por si sós, não produzem qualquer verdade; faltam-lhes direção, saber e o *sentido*. É precisamente em virtude da falta de negatividade do verdadeiro que se dá a proliferação e massificação do positivo. A hiperinformação e hipercomunicação gera precisamente a *falta de verdade*, sim, a *falta de ser*. Mais informação e mais comunicação não afastam a fundamental *falta de precisão do todo*. Pelo contrário, intensifica-a ainda mais. (HAN, 2017, p. 13)

O pensador vai ainda mais fundo em sua perspectiva e afirma que a sociedade da transparência, onde todas as coisas só ganham valor quando são expostas, torna-se também uma sociedade pornográfica. Aqui ele entende pornografia como a falta de distância entre a imagem e o olho; a imagem pornográfica seria então uma imagem desprovida da áurea de mistério, de tensão, de uma qualidade que convoque o sujeito a investigar pacientemente o que observa.

Para ele, as imagens pornográficas não podem fazer surgir o prazer e estão afastadas do jogo libidinoso, pois elas tudo já mostram e a tensão erótica emerge justamente do jogo que se faz entre o que se pode ver e o que não se pode ver. O pornográfico não seduz e não incita, pelo contrário, torna tudo exposto e transparente. Nesse sentido, as imagens pornográficas são as imagens ideais da sociedade da transparência e do capitalismo vigente nela, pois elas são produzidas para o consumo rápido e objetivo que o mercado demanda. A sociedade pornográfica é também uma sociedade do espetáculo.

Na sociedade expositiva cada sujeito é seu próprio objeto-propaganda; tudo se mensura em seu valor expositivo<sup>31</sup>. A sociedade exposta é uma sociedade

31 Aqui devemos entender "valor expositivo" fora da oposição "valor de uso-valor de troca" conceituada por Marx. Para Han, o valor expositivo não reflete qualquer uso ou força de trabalho, portanto não se encaixa em nenhuma das duas categorias. É um valor que se constitui unicamente na produção de visibilidade, atenção e exposição. (HAN, 2017, p. 15)

pornográfica; tudo está voltado para fora, desvelado, despido, desnudo, exposto. O excesso de exposição transforma tudo em mercadoria que "está à mercê da corrosão imediata, sem qualquer mistério". A economia capitalista submete tudo à coação expositiva, é só a encenação expositiva que gera valor, deixando de lado todo e qualquer *crescimento próprio das coisas*. Ela não desaparece no escuro, mas na superiluminação: "considerando do ponto de vista geral, as coisas visíveis não acabam no escuro ou no silêncio, mas se volatizam naquilo que é mais visível do que o mais visível: a obscenidade". (HAN, 2017, p. 16-17)

É necessário salientar que as imagens descritas por Han até agora são produzidas para consumo e absorção imediatas, portanto desprovidas de cenografia e tensão narrativa, incapazes de suscitar dramaticidade, romance, imaginação e sedução. Nesse sentido, não podemos afirmar que as imagens construídas pela Playboy em seu conglomerado midiático-arquitênico são necessariamente imagens pornográficas, transparentes e positivas. Elas talvez sirvam mais como precursoras desse processo, indicativos do que as imagens se tornariam anos mais tarde com a evolução tecnológica de diversos aparelhos. Possivelmente os reality shows produzidos pela marca denotam o início desse movimento de maneira mais evidente e concreta.

Retomando a discussão sobre a Playboy e os seus produtos, é importante indicarmos como alguns aspectos desenvolvidos pela empresa podem ser encontrados atualmente com outras plataformas midiáticas, como as redes sociais. Como dito anteriormente, as mansões Playboy eram muito mais do que casas, mas verdadeiros espaços de produção do prazer. Além disso, eram comum também matérias relatando a rotina de Hugh Hefner, um homem que trabalhava não apenas diretamente de sua casa, mas de sua cama.

Equipado com diversos aparelhos e *gadgets* tecnológicos, Hefner inspecionava o que acontecia em sua moradia, atendia ligações importantes, falava com seus funcionários e assistentes, revisava as edições da revista e delegava demandas e atividades diretamente de seu quarto. A veiculação do cotidiano deste homem através dos veículos midiáticos chamou a atenção em um momento no qual os homens deslocavam-se da casa para o trabalho e para o clube para obter sossego, trabalho e prazer. Na Playboy, tudo isso era possível em apenas um canto.

Para Preciado, esse acontecimento atualiza o que se entendia até então como doméstico e público, íntimo e privado. Havia sim um quê de domesticidade em realizar todas as suas tarefas dentro dos muros do seu lar, mas ao mesmo tempo um aspecto de espetacularização que precisava ser constantemente exercido. Assim, a casa do homem

solteiro — o público alvo da marca — tornava-se também escritório, casa de encontros, local de festas e prostíbulo. É um espaço de produção de prazer e de capital. (2020, p. 97)

Esses espaços Playboy não serão simples enclaves domésticos, mas espaços transacionais nos quais se operam mutações que levarão do espaço doméstico tradicional, que dominava em princípios do século XX, até uma nova pós-domesticidade, característica da era farmacopornográfica: um novo regime de vida ao mesmo tempo público e doméstico, caseiro e espetacular, íntimo e superexposto. Os espaços Playboy serão o sintoma de deslocamento dos interiores característico da modernidade disciplinar (espaço doméstico, colégio, prisão, hospital etc.) como cápsulas de produção da subjetividade rumo a um novo tipo de interioridade pós-disciplinar. (IDEM, p. 118)

Temos também que direcionar a nossa atenção para este homem da Playboy, um sujeito que realiza tudo de casa mas também possui a liberdade de sair dela ou de fazer qualquer outra coisa sem as demandas e pressões internas de sua família, esposa, filhos, colegas e chefes de trabalho. A masculinidade suscitada aqui é a de um homem praticamente livre, cuja única obrigação é consigo mesmo. É, além disso, uma masculinidade que exerce controle na medida em que pode ver tudo e tem acesso a uma infinidade de imagens imbuídas de transparência e objetividade. É um homem que espia, mas que também se deixa ser visto; está recluso em casa mas ciente da teatralidade de sua vida e cotidiano.

O homem da Playboy é um sujeito que produz prazer e capital no mesmo espaço, mistura labuta e diversão. É um homem que está conectado, seja pelas mídias ou pelos aparelhos tecnológicos que possui. Mesmo no conforto do seu lar, aparentemente passivo e isolado, ele interfere no mundo de alguma maneira e também é afetado por ele.

A Playboy antecipa os discursos do final do século sobre o "trabalhador flexível" e o "trabalhador imaterial" por meio das figuras do operário midiático horizontal (seja escritor ou trabalhadora doméstica) e da construção de um novo espaço pós-doméstico, público-privado, onde as distâncias entre ócio e trabalho se borram. A erosão da distância entre trabalho e ócio, entre sexo e produção proposta pela Playboy opera como um autêntico vetor de inovação nas transições que levarão até o capitalismo farmacopornográfico. (PRECIADO, 2020, p. 155)

Não apenas a casa, mas todo o conjunto de produtos e espaços produzidos pela Playboy inauguram o que Preciado chama de "singular heterotopia sexual", uma pornotopia. Ela seria constituída justamente por essa sobreposição de vários espaços que perpassam e não precisam de uma materialidade definida. São espaços de transição e provisórios, existem na medida em que há uma relação entre lugar, sujeitos e objetos. A pornotopia solapa as convenções de gênero e sexualidade até então existentes, produzindo outras formas de subjetividade sexual. Elas podem ser bordéis, prostíbulos, casas de massagem, banheiros

públicos, saunas, motéis, casas de swing, bairros inteiros e até prisões, colégios e hospitais, nos casos onde a subjetividade sexual é negada. "Todas elas constituem brechas na topografia sexual da cidade, alterações nos modos normativos de codificar o gênero e a sexualidade, as práticas do corpo e os rituais de produção de prazer" (idem, p. 127).

Hefner idealizou a perfeita heterotopia sexual: uma excepcional dobradura do espaço público dentro do espaço interior, um bordel multimídia, uma casa pública e uma nova forma de gozo sem sexo direto: um tipo de prazer virtual produzido pela conexão do corpo com um conjunto de técnicas da informação. (idem, p. 149)

A pornotopia Playboy morreu, mas como Preciado aponta no final de seu livro, nós "somos necrófilos". As pornotopias continuam vivas nos sites pornô, na circulação de imagens pornográficas que rodam a internet, no tráfico sexual, nos estabelecimentos voltados para a prática sexual, etc. Eu gostaria agora de trazer a atenção para o que considero que também sejam pornotopias contemporâneas: as plataformas online constituída por uma variedade de domínios que incluem redes sociais e sites de conteúdo exclusivo para assinantes.

### ***3.3.1 Pornotopias do contemporâneo: sexualidade multimídia***

No tópico anterior e ao longo desse texto o termo "plataforma" é bastante utilizado para se referir a sites como o Twitter, o Only Fans, o Just For Fans, dentre outros. Apesar de serem domínios bastante distintos no que concerne os seus aparentes usos (um é uma rede social e os outros são site de conteúdo exclusivo para assinantes), todos caem no que pode ser chamado de plataforma. Em uma definição bem superficial, "plataformas são infraestruturas digitais que permitem a interação entre dois grupos ou mais" (SRNICEK, 2017, p. 30). A abrangência desta descrição faz sentido considerando a gama de plataformas com as quais nos deparamos no dia a dia (Uber, AIRBNB, Amazon, Google, Facebook, YouTube, Microsoft, etc.).

O que podemos aprofundar a partir deste conceito é que plataformas estão interessadas em coletar dados, a principal matéria-prima a circular nestes sites. Esses dados serão disponibilizados por uma infinidade de usuários para outros grupos, como por exemplo, anunciantes, que os usarão para melhorar suas estratégias de propaganda, aumentando o alcance de determinadas publicações com o objetivo de manter os internautas conectados e consumindo na plataforma. Neste sentido, podemos dizer que as plataformas são grandes

mercados digitais nos quais relações de sociabilidade e também de consumo se misturam. (SRNICEK, 2017; POWELL, NIEBORG, VAN DJICK, 2020).

[...] definimos plataformas como infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados. POWELL, NIEBORG, VAN DJICK, 2020, p. 3-4)

Nesta perspectiva, as plataformas sempre conectam os usuários aos complementadores, que seriam as pessoas ou organizações interessadas em vender, ofertar ou comercializar algum tipo de conteúdo. Na visão dos autores, plataformas de redes sociais, como Facebook, Twitter e Instagram constituem uma "instância de plataformas", com diversos aplicativos conectados entre si compartilhando dados, uma atividade que aumenta os limites das plataformas, bem como seu alcance econômico.

Como estes dados são extraídos? Ora, há informações que são conscientemente disponibilizadas pelos usuários, como as encontradas no seu perfil. Mas existe também uma miríade de dados que são coletados principalmente pelo rastreamento das atividades dos internautas — as pessoas com quem interage, os conteúdos que curte e compartilha, os vídeos que visualiza, as compras feitas online, os locais físicos por onde ele passa. Estes são dados comportamentais recolhidos principalmente pela expansão tecnológica que essas plataformas sofrem com seus *plugins*, rastreadores e aplicativos.

Desta maneira, as infraestruturas de plataforma são integradas a um número crescente de dispositivos, desde smartphones e smartwatches até eletrodomésticos e carros autônomos. Essa infinidade de extensões das plataformas permite que os empresários transformem praticamente todas as instâncias de interação humana em dados: ranqueamento, pagamento, pesquisa, assistir conteúdos, dirigir, caminhar, conversas, amizades, namoro, etc. Esses dados são, então, processados algorítmicamente e, às vezes, sob condições rigorosas, disponibilizadas aleatoriamente para uma ampla variedade de atores externos (BUCHER, 2018; LANGLOIS; ELMER, 2013). É importante observar que esse processo de dataficação é conduzido simultaneamente por complementadores, que, de forma ativa, transformam os dados das plataformas em produtos e serviços usados nas rotinas e práticas cotidianas. (POWELL, NIEBORG, VAN DJICK, 2020, p. 6)

Segundo Srnicek, as atividades dos usuários são a fonte natural desses dados, vistos aqui como matéria-prima. Esses dados são extraídos, analisados, categorizados, separados e manipulados de diversas maneiras para em seguida ficarem à disposição dos complementadores, que no caso de uma plataforma como o YouTube, são os anunciantes. Os dados cumprem assim uma variedade de funções capitalistas como educar, dar vantagens



competitivas para os complementadores e os algoritmos, otimizar o processo produtivo e coordenar trabalhadores. (2017, p. 28)

Srnicek separa as plataformas em vários tipos, mas gostaria aqui de destacar dois deles: as plataformas de anúncios e as plataformas de empréstimo. As primeiras, como o nome diz, coletam dados de usuários que serão disponibilizados para uma gama diversificada de anunciantes. Estes se empenharão em refinar esses dados para melhorar as suas propagandas e, conseqüentemente, suas vendas. As plataformas em troca oferecem aos internautas um conjunto de atividades e conteúdos que serão acessados pelos indivíduos e personalizados por eles mesmo. Temos como exemplos o Google, o Facebook e o Twitter.

Com plataformas de anúncio, em particular, a renda é gerada através da extração de dados das atividades dos usuários online, da análise desses dados e do leilão de espaços de anúncios para os anunciantes. Isso envolve dois processos. Primeiro, as plataformas de anúncio precisam monitorar e gravar as atividades online. Quanto mais usuários interagem com o site, mais informações podem ser coletadas e usadas. Igualmente, enquanto os usuários vagueiam pela internet, eles são rastreados pelos cookies<sup>32</sup> e outros meios. Existe uma convergência de vigilância e lucratividade na economia digital, o que leva a alguns a falarem de "capitalismo de vigilância". Fundamental para o lucro, no entanto, não é apenas a coleta de dados, mas também a análise desses dados. Anunciantes estão menos interessados em dados desorganizados e mais em dados que os ofereçam compreensão ou os combine com prováveis consumidores. Esses são os dados que foram trabalhados. Eles tiveram algum tipo de processo aplicado a eles, seja pelo trabalho habilidoso de um cientista de dados ou pelo trabalho automático de um algoritmo. O que é vendido para os anunciantes é, portanto, não os dados em si (anunciantes não recebem dados personalizados), mas a promessa de que o software da Google irá habilmente combinar um anunciante com os usuários corretos quando necessário. (SRNICEK, 2017, p. 35)<sup>33</sup>

As plataformas de empréstimo são infraestruturas essencialmente virtuais, onde as posses das empresas são seus softwares e análises realizadas em dados. Essas plataformas disponibilizam um espaço digital onde as pessoas podem se encontrar para trocar serviços ou trabalhos e, desta forma, operam em um modelo de terceirização, onde não apenas os produtos comercializados são terceirizados, mas também seus trabalhadores e o treinamento feito por eles. Temos exemplos disso com a Uber e a AIRBNB (idem, p. 43).

Aqui, podemos perceber que sites como o Only Fans, Just For Fans, Câmera Privê, Privacy, XVideos, dentre outros também constituem plataformas de empréstimo. Nelas, um número de internautas se dispõe a oferecer algum tipo de serviço online, monetizando

---

32 Cookies são arquivos (blocos de dados) criados a partir do momento que um internauta acessa uma página da internet. Os cookies guardam informações que tornam o acesso e interação nessas páginas mais fáceis, como senhas, nomes de usuários e outros dados pedidos em formulários. Além disso, cookies também rastreiam as atividades desses internautas para que a sua passagem pela web seja mais personalizada.

33Tradução própria.

determinada coisa — nesse caso, o próprio corpo — para outro número de internautas disposto a pagar por esse serviço e até personalizá-lo. Lembremos das interações entre produtores de conteúdo adulto e seus clientes, e de como é comum haver uma demanda por determinadas performances sexuais por parte dos consumidores.

Plataformas, em suma, são um novo tipo de firma; elas são caracterizadas por prover uma infraestrutura que faz intermédio entre grupos de usuários diferentes, por apresentar tendências de monopólio movidas pelos efeitos da rede, por empregar subsídios cruzados para atrair grupos de usuários diferentes e por projetar uma arquitetura que governa as possibilidades de interação. A propriedade das plataformas, por sua vez, é essencialmente propriedade de software (os 2 bilhões de linhas de códigos da Google ou os 20 milhões de linhas de código do Facebook) e de hardware (servidores, centros de dados, smartphones, etc.), construídos sobre um material de código aberto (ex: o sistema de gerenciamento de dados da Hadoop é usado pelo Facebook). Todas essas características fazem das plataformas modelos-chave para a extração e controle de dados. Por oferecer um espaço digital para que outros possam interagir, plataformas se posicionam de maneira a extrair dados de processos naturais (condições do tempo, ciclos de colheita, etc.), de processos de produção (linhas de montagem, fluxos de fabricação, etc.) de outros negócios e usuários (rastreamento na web, dados de internautas, etc.). Elas são um aparato extrator de dados. (SRNICEK, 2017, p. 31-32)<sup>34</sup>

Sobre isso, Morozov (2018) faz uma comparação direta entre esse extrativismo e o também feito com recursos naturais para fabricação de produtos, *commodities* e geração de energia. O autor afirma que nesse processo nós, usuários da internet, não apenas temos, mas somos estoques de informações valiosas e visadas por grandes empresas digitais. São essas empresas as tão valorizadas e cultuadas atualmente, pois elas têm acesso ao recurso mais importante do século XXI, em sua visão: os dados, que são extraídos de todas as nossas atividades e relações perpassando os âmbitos sociais, culturais e econômicos.

Aqui fica evidente que estas plataformas constituem verdadeiros mercados digitais, ecossistemas de produção econômica onde relações sociais se entrecruzam. Além do mais, com o avanço e expansão destes sites, trabalhos digitais vão sendo criados e, conseqüentemente, os usuários que os acessam tornam-se também, em parte, trabalhadores. Com o exemplo da Uber, falamos de terceirização da força de trabalho e dos meios de produção, mas já existem pesquisas que usam o termo *crowdsourcing* para se referir a um novo movimento online no qual os custos, o trabalho e as responsabilidades do ofício são inteiramente transferidas para a "multidão de usuários-trabalhadores" (ABILIO, 2019).

Há também uma variedade de outros conceitos para se referir a este processo que ocorre nos mercados digitais, como *crowdwork* para se referir a trabalhos realizados online

---

34 Tradução própria.

sem a necessidade de uma localização geográfica precisa, *work on demand* para aludir aos mesmos trabalhos que necessitam de uma localidade específica (como o serviço da Uber) (DE STEFANO et. al ABILIO, 2019, p. 10) e *platform labour*, que inclui os mais diversos tipos de trabalhos realizados digitalmente e assinala ainda a extrema precarização do trabalho neste contexto (VAN DOORN et. al ABILIO, 2019, p. 10).

Para Abilio, estas definições recaem num processo que ele vai chamar de uberização, um fenômeno de precarização do trabalho que se torna cada vez mais comum nos mercados digitais fomentado pelas plataformas online. A principal característica da uberização do trabalho nas plataformas é o movimento de "dispersão/centralização", no qual ao mesmo tempo em que monopoliza o software e os dados coletados dos seus usuários, dispersa as forças de trabalho, os meios, as responsabilidades e o treinamento dos trabalhadores. Assim, eles tornam-se responsáveis pelo próprio sucesso dentro da plataforma sem que esta ofereça maiores e melhores subsídios e recursos.

Tal processo atualmente consolida o trabalhador como um autogerente-subordinado que já não é contratado, mas se engaja no trabalho via a adesão às plataformas. Nessa condição de quem adere e não mais é contratado, o trabalhador uberizado encontra-se inteiramente desprovido de garantias, direitos ou segurança associados ao trabalho; arca com riscos e custos de sua atividade; está disponível ao trabalho e é recrutado e remunerado sob novas lógicas. Assim, a uberização conta com um gerenciamento de si que, entretanto, é subordinado e controlado por novos meios, que hoje operam pela automatização em dimensões gigantescas de extração e processamento de dados; estão em jogo novas formas de gerenciamento, controle e vigilância do trabalho, por meio das programações algorítmicas. (ABILIO, 2019, p. 2)

Sem garantias básicas de trabalho, os trabalhadores que estão no contexto de uberização precisam pôr em prática sua criatividade para planejar diversas estratégias que o ajudaram a se destacar nestas plataformas. Como trabalham principalmente sob o processo de demanda, precisam garantir visibilidade nestes sites para continuar conseguindo trabalhos. Os produtores de conteúdo adulto do Only Fans evidenciam bastante esse fenômeno com a divulgação que realizam em outras plataformas. O próprio Only Fans falha em atrair mais clientes e assinantes, ele não garante aos seus modelos mais trabalhos ou maior retorno financeiro, isso é de inteira responsabilidade dos seus trabalhadores que precisam migrar para redes sociais como o Twitter para atingir novos públicos.

Dessa maneira, esses trabalhadores atuam sob a falsa aparência de que são na verdade empreendedores e os limites entre a figura do trabalhador e a do empresário tornam-se borradas. Sendo responsáveis pelo próprio sucesso dentro das plataformas, estes internautas

ficam incubidos também dos próprios riscos, deixando-os em situação de vulnerabilidade no trabalho. Assim, não importa se tenham êxito ou se falhem, a culpa será inteiramente deles.

A própria falta de consenso sobre um termo mais adequado para definir o trabalho que produz conteúdo adulto de forma "amadora" na internet é uma característica da uberização, que falha em dar aos seus trabalhadores uma identidade profissional mais precisa. Sem definições concretas, não há regulamentos, normas, estatutos ou qualquer outro tipo de infraestrutura que assegure as atividades destas pessoas como verdadeiramente profissionais, apesar de efetivamente serem fontes de renda (ABILIO, 2019, p. 4).

Pelo que foi discutido até aqui, podemos perceber como o Twitter e o Only Fans são duas grandes plataformas de sociabilidade e também econômicas nas quais diversos usuários as acessam para interagir entre si, construir relações de afetividade e de prazer e também para trabalhar, estabelecendo relações de consumo. Enquanto uma massa de internautas se dispõe a se expor nestas plataformas, monetizando em cima de sua própria força orgásmica, e de seus corpos, uma outra massa demanda isto, interage com outras pessoas e oferece dados em troca de prazer, conscientemente ou não.

Podemos ver como estas plataformas e muitas outras (XVideos, Just For Fans, Privacy) constituem verdadeiras pornotopias contemporâneas, espaços digitais onde diversas atividades distintas irão se sobrepôr; infraestruturas nas quais prazer, diversão, afeto, ócio, trabalho e consumo se entrecruzam, alimentando um ciclo de produção de prazer e capital e produzindo novas subjetividades, hábitos do corpo e maneiras de entender e performar a própria sexualidade. Essas sexualidades são multimídia, assim como as observadas no período da ascensão da Playboy, por passearem por tipos diversos de mídia e terem forte apelo audiovisual e estético.

#### **4 NARRATIVAS DOS PRODUTORES DE CONTEÚDO ADULTO**

Durante a pesquisa, e até antes mesmo de iniciá-la formalmente, tive contato com diversos sujeitos inseridos no mercado sexual do Twitter pela observação diária que fiz deles e pelo consumo que fiz dos textos e mídias que publicaram nesse período. Durante esse tempo, hesitei muito em tornar esse contato mais direto, seja pelo envio de mensagens ou outras interações, como responder ou curtir os tuítes. Primeiro, por medo das complicações éticas que isso poderia causar, levantando uma discussão sobre a interferência do pesquisador

(eu) no campo propriamente dito. Apesar de não estar totalmente de acordo com a teoria de imparcialidade e distanciamento do cientista com seu objeto, optei por me resguardar.

Segundo, porque também temi que um contato desses pudesse afastar os sujeitos que pesquiso, reduzindo tanto as minhas fontes de dados como também as possibilidades de entrevistas. Em meu perfil me apresento como pesquisador, descrevo o tema da pesquisa e disponibilizo uma foto do meu rosto (ver Figura 1). Além disso, minha conta não é trancada, então todo o seu conteúdo é visível para todos e a possibilidade de me enviar mensagens (DMs) também é liberada. Mesmo estando, por assim dizer, "visível" na plataforma, preferi não tentar contato antes das entrevistas; e também não fui notado, nem abordado por ninguém no tempo da pesquisa.

As entrevistas sim foram pensadas como parte integral do trabalho e também como maneira de efetivamente entrar em contato com os indivíduos que pesquiso. Conjuntamente com o orientador, pensamos em fazê-las no modelo semi-estruturado e de profundidade para construir um perfil desses sujeitos, traçando um percurso biográfico de suas trajetórias no mercado sexual não apenas do Twitter, mas também da internet. Pensamos ainda em abordar também outras questões, como a relação desses sujeitos com a pornografia, o que pensam sobre a exposição da intimidade e a relação entre público e privado e a forma como entendem e expõem suas subjetividades, desejos e sexualidade.

De um ponto de vista pessoal, penso nessas entrevistas como conversas, como uma forma de adentrar ainda mais no mundo destas pessoas e conhecer um pouco da vida, da rotina, dos anseios, desejos e dificuldades dos sujeitos que conheço apenas pela tela do computador e do celular.

#### 4.1 Tiago

A entrevista realizada com o interlocutor Tiago<sup>35</sup> ocorreu no dia 29 de julho, às 15 horas da tarde por meio de videoconferência. O primeiro contato com o sujeito ocorreu alguns dias antes, no dia 20, quando enviei uma DM para ele através do Twitter. Na ocasião, me apresentei informando meu nome, a cidade onde moro e o que estudo. Falei das minhas

---

35 Nome fictício sugerido pelo entrevistado. Em um primeiro momento, Tiago não demonstrou preocupações sobre ser identificado na pesquisa. Entretanto, quando perguntei a ele meses depois qual nome ele gostaria de propor, sua opinião tinha mudado. Me disse que de fato preferia não ser identificado. Também havia se mudado para Buenos Aires e ainda trabalha com pornografia, mas agora se queixa bastante dos impactos negativos do ofício em sua saúde mental.

intenções de entrevistá-lo, de conversar com ele, frisando o que seriam os dois maiores tópicos da conversa: a relação dele com a rede social e com o seu trabalho propriamente dito. Menos de 24h depois recebi a resposta de Tiago, aceitando o convite para participar da pesquisa.

A escolha por Tiago não se deu por acaso. Ele tem uma das maiores contas na rede de perfis +18, com mais de 160 mil seguidores. Seu nome já apareceu em matérias de jornais e portais falando sobre o mercado sexual da internet, chegando até a sair em um caderno de economia. Tiago também é seguido e segue muitos dos sujeitos que foram observados e analisados durante essa pesquisa, evidenciando o potencial de interação e de câmbio que esta rede e o próprio site proporcionam. Seu perfil também figura nas páginas de divulgação de contas pornográficas e até em mini-competições de popularidade que acontecem pelo Twitter.

Além disso tudo, Tiago também se mostra um sujeito relativamente aberto a contatos em sua conta. Seu rosto sempre aparece nas mídias que publica e ele constantemente tuita sobre outras coisas não-relacionadas à putaria ou ao seu trabalho. Tiago posta memes, piadas, retuita publicações sobre assuntos diversos e comenta temas de seu interesse. À época do nosso primeiro contato, as Olimpíadas apareciam de vez em quando nos seus tuítes. Esse comportamento mais "relaxado" na plataforma me fizeram intuir que ele estaria aberto à possibilidade de uma entrevista para uma pesquisa científica, suspeitas que se mostraram corretas algumas horas depois da primeira mensagem que enviei a ele.

Após esse momento, Tiago me envia seu número de telefone para conversarmos melhor e ajustarmos outras questões da entrevista, como dia e horário. O contato todo se deu de maneira muito leve e descomplicada. Tiago estava genuinamente interessado em participar e se mostrou muito solícito com, inclusive, pouquíssimas dúvidas a respeito de todo o processo. No momento em que escrevo este texto, abro a página de Tiago no Twitter para pegar algumas informações e também olhar sua timeline, ou "feed", como ele costuma chamar.

O primeiro tuíte, postado há 11 horas, é uma nude dele, mas publicada com um tom quase cômico, uma das características das postagens dele. Na publicação, Tiago exibe uma foto dele deitado em o que parece ser uma cama, headphones nas orelhas e camisa levantada até a região do peito. Tiago olha para a câmera com a boca aberta, língua para fora e segura o que suponho que seja o seu celular próximo à região da coxa, em um ângulo que deixa à

mostra sua barriga e também seu pênis, ereto e apontado para cima. A legenda da foto diz "cosplay de ativo".

A publicação é incomum até para os padrões de Tiago, que não se identifica como ativo e raramente posta tuítes focados em seu pênis. Como Tiago costuma, ou costumava dizer, ele é um "sub boy", um garoto submisso. À época do nosso contato, sua bio o descrevia como um "fun size sub boy", algo como um garoto submisso de tamanho pequeno. Agora, ela diz "a hairy & fun size bottom boy", ou "um garoto peludo e passivo de tamanho pequeno". Seja "sub" ou seja "bottom", a mensagem permanece quase a mesma: Tiago não é ativo. O teor desta informação é corroborado pela sua foto de perfil, que o mostra de joelhos, olhando em direção à câmera, com meio sorriso no rosto e uma mão (do fotógrafo) que toca o seu queixo, quase como se direcionasse a cabeça de Tiago na direção da foto.

Tiago é um homem branco, de baixa estatura (pouco mais de 1,60) e bastante peludo, como indica a descrição em seu perfil; tem cabelos pretos ondulados e, quando está de barba feita, exibe um bigode grosso e volumoso. Tem 25 anos, mora em São Paulo e vive da produção de conteúdo adulto, tendo o Twitter como uma de suas principais ferramentas de divulgação. O trabalho de Tiago, ou o local onde ele propriamente ganha dinheiro, se dá no Only Fans. O Twitter se torna então o principal espaço por onde ele vai promover este trabalho, ganhar visibilidade e atrair assinantes. Seu foco inicial, no entanto, não estava direcionado à rede social, site que ele só passou a usar depois de começar a produzir material pornográfico.

A trajetória de Tiago tem início no final de 2019, entre novembro e dezembro do mesmo ano, quando ele decide seguir o seu desejo de se tornar ator pornô e escolhe o Only Fans como o ponto de partida para a sua carreira, após ver uma notícia sobre o site na internet. A escolha pelo Twitter vem só depois, aconselhado por um homem que ele conheceu no Cam4 enquanto fazia testes de câmera e vídeo da sua própria imagem na tela, "pra ver se eu gostava", nas palavras dele. O homem em questão contou de um ex-namorado que vivia da produção desse tipo de conteúdo e que Tiago deveria ir para o Twitter, pois seria lá onde ele conseguiria atenção.

[...] porque é isso, o Only Fans ele não gera engajamento próprio, ele não é uma rede social, ele é assim: você vai lá e assina, mas as pessoas não têm acesso ao nosso conteúdo ou a algum trecho [de vídeos] ou a fotos, ou seja, você tem que gerar o engajamento todo em outros sites né, outras redes e não dentro do Only Fans. Não tem essa capacidade de né... você não tem o perfil das pessoas como você vê no Twitter, então o Only Fans você só vê o link, já vai lá e assina. Então eu tenho que

gerar esse engajamento fora do Only Fans e aí me falaram que o Twitter era o melhor lugar... o Tumblr já não podia mais né, tinha barrado qualquer possibilidade de postar qualquer conteúdo [erótico] e que o Twitter tava em ascensão né, muita gente tava postando lá e gostava de ver, tinha uma produção amadora principalmente, e aí me recomendaram... Eu criei a conta... foi em janeiro do ano passado, de 2020 e foi isso. (Tiago, Trecho da entrevista)

Então tem toda essa preocupação de gerar, fazer teasers, fazer os vídeos, fazer os vídeos um pouco maiores, as fotos, é meio que quase uma... [pausa] degustação [risos]... é mostrar uma parte né dos vídeos e do material pra que gere essa vontade né, essa... é como se fossem iscas né, de mostrar aqui que tem um conteúdo ali, que se a pessoa quiser ver mais daquele material, aí ela pode assinar. Então, tem toda essa questão de colocar o link né, nos posts, eu não sei se você já percebeu, eu posto com frases, e aí eu edito com algum teaser, pego algum vídeo, uma cena de algum vídeo que eu acho que pode hitar mesmo né, porque o objetivo é que aquilo gere o maior engajamento possível. (Tiago, Trecho da entrevista)

Nos trechos destacados acima, podemos perceber na fala de Tiago a preocupação em se conseguir visibilidade para o seu trabalho, evidenciado pelas palavras "engajamento" e "hitar", ambas comumente associadas à capacidade de uma publicação adquirir relevância e repercussão dentro e fora da internet. O termo "hitar, especificamente, vem de "hit" e é uma gíria que significa "fazer sucesso", também muito vinculada a lançamentos da cultura pop, como músicas, séries e filmes. Em determinados momentos da entrevista, Tiago se refere aos teasers que produz, às "iscas", como "singles" — músicas que servem de material proporcional para determinado álbum. Dessa maneira, fica ainda mais notória a forma como Tiago vê o seu trabalho: como algo que deve ser promovido, para que chame a atenção de um público específico e seja consumido.

Eu, por exemplo, eu posto os vídeos que mais hitaram, né... tem vídeo meu que eu acho que tem uns 50 mil likes, que é um teaser que mais fez sucesso, então, é legal ter um vídeo com mais de 50 mil likes, porque isso dá um certo status no Twitter, que a pessoa vê que é uma conta grande né, que circula muito, então eu particularmente gosto de deixar um dos vídeos... eu penso muito assim, como se fosse um single sabe [risos], tipo, eu lancei, aquilo hitou e eu vou deixar ali, ele faz parte do meu portfólio, do meu repertório, eu tenho muito essa preocupação: de que se aquele post vai hitar ou não. (Tiago, Trecho da entrevista)

O vídeo a que Tiago se refere no trecho acima o exhibe assumindo a posição de submisso, um fetiche que ele reivindica também como forma de se identificar dentro do nicho sexual e pornográfico do Twitter. A apropriação deste fetiche serve para ele construir uma espécie de persona que será interpretada e divulgada através das mídias publicadas, sejam fotos ou vídeos. Essa prática funciona, ao seu ver, como uma maneira de também se destacar



na rede, atraindo público, seguidores, potenciais assinantes e gerando engajamento em sua página.

Essa declaração conversa com as observações feitas no diário de campo no que se refere à prática de se descrever e se classificar em determinadas categorias referentes às características físicas e subjetivas, que passam por fetiches favoritos, posições sexuais de preferência e pertencimento às tribos da cultura LGBT. Na rede que constitui o meu campo e objeto de estudos, essas classificações agregam valor a esses corpos, funcionando como especificidades que irão tornar determinado produto mais atraente ou não para um público ou nicho específico.

O "fun size" né, porque eu sou baixinho, tenho 1,62, então... e assim, eu sei que eu tenho uma cara de mais inocente, sou mais, tenho bigode, um perfil do pornô bem anos 80, então acho que tem essas características que eu tento manter mesmo que... não que eu force, porque eu já era assim antes, mas que eu sei que é uma forma de se destacar. São características que eu acho que são importantes de explorar, né? Então eu gosto de ser submisso, eu vou explorar isso e tem muito cara que gosta disso, por isso que eu já ponho na bio porque eu sei que o cara vai, que ele sabe que aquele [perfil] vai postar esse tipo de conteúdo. (Tiago, Trecho da entrevista)

Então, eu acho muito importante pra quem tem Twitter, né e usa como, como a gente usa, de saber seus pontos fortes, de saber o quê que faz você se destacar, né? Então assim, se o cara é muito dotado, ele tem que usar isso, né? Ele vai se destacar por isso. Se o cara tem uma bunda gigante, ele vai se destacar por isso. Enfim, tem n coisas, sabe... se o cara é gordo mesmo, sabe, ele usa essa característica pra se destacar, se o cara é muito alto, ele vai usar isso, entende? Tem tanto características físicas, porque tem gente que vai se atrair pelo urso, tem gente que vai se atrair pelo *chubby*, tem gente que vai se atrair pelo *twink*, né? São esses nichos que já existem, então acho que a gente acaba tendo que explorar. (Tiago, Trecho da entrevista)

Aqui fica ainda mais evidente a necessidade desses sujeitos explorarem aspectos do corpo e da personalidade para conseguirem visibilidade nesta rede. Estes aspectos serão expostos e exaltados ao máximo, utilizados à exaustão tanto na redação dos textos como na produção multimídia que são veiculados pelos tuites. As características de fato tornam-se marcas registradas desses corpos, exibidos como artefatos em uma vitrine.

A performance desses marcadores pode originar-se antes, no entanto, do contato destes sujeitos com o Twitter. Como denotado na fala de Tiago, eles exploram "nichos que já existem", ou seja, podem já se identificar com determinadas culturas e modos de comportamento sexual da comunidade LGBT muito antes de usarem isso como ferramenta de

trabalho. Aqui retomo a noção dos roteiros sexuais, na perspectiva de que estes indivíduos atuam dentro de configurações pré-construídas de comportamentos sexuais para obter respostas específicas de outros sujeitos; performam marcadores e características de determinada tribo ou fetiche, para conseguir do outro a excitação e o prazer. Aqui também esperam-se outras duas coisas não tão explícitas: visibilidade e retorno financeiro.

As estratégias para se conseguir isso não ficam restritas apenas às descrições e classificações, é claro, elas variam e dependem da criatividade de cada usuário, segundo Tiago. Ele conta que sempre procura interagir com os seus seguidores, seja respondendo as mensagens ou proporcionando isso na sua própria página. Tiago já fez enquetes e promoções e, de vez em quando, lança discussões na timeline, como quando perguntou aos internautas o que eles pensavam sobre relacionamentos abertos. Tiago também já fez "mini-competições", nas quais pediu para os seus seguidores postarem nudes, prometendo dar RT nas dez publicações mais curtidas. O RT, no entanto, continua sendo a principal técnica de divulgação utilizada na rede, amplamente praticada pelos sujeitos que possuem perfis +18.

Tiago conta que no seu trabalho, "99% do meu tempo é divulgação, só 1% é criar". E reclama também da rotina frenética de "trocar RTs" com os seus colegas, prática que, apesar de cansativa, dá muitos resultados. A troca pode acontecer de forma deliberada ou não. Tiago explica que frequentemente retuita conteúdo aleatório que passa por sua timeline, coisas que ele gosta e lhe despertam tesão. Mas o costume de trocar RTs constitui também uma prática com uma logística específica, que envolve entrar em contato com o perfil com quem você deseja trocar, enviar para essa pessoa o seu tuíte que você quer que seja retuitado e receber o mesmo da outra pessoa.

O processo todo é feito da maneira mais rápida e prática possível, com a existência até de jargões que decodificam as ações e aceleram o procedimento. A mensagem enviada geralmente é "Hi, RT x RT?" que significa um convite à troca de retuites. Uma vez realizado o RT, a pessoa que cumpriu a sua parte do trato manda outra mensagem, que pode ser um "Done" (feito) ou apenas um emoji de polegar para cima, confirmando a realização do retuíte.

Então, muito do Twitter é isso, é você usar a visibilidade do outro pra te dar visibilidade né, é tudo muito interligado. Não dá pra fazer tudo sozinho. Quando eu tava no início, nos primeiros 6 meses que eu não fazia isso [trocar RTs], o crescimento era muito menor. Depois que eu comecei assim, acelerou muito. Se eu não me engano, acho que há um ano atrás eu tinha uns 20, 25 mil seguidores... nos primeiros 6 meses; se eu tivesse nesse mesmo ritmo, eu taria com 75 mil agora, se eu não tivesse retuitando... eu to com 160 [mil], então dá muito mais visibilidade, você chega em muito mais gente. (Tiago, Trecho da entrevista)

[...] porque é isso, o engajamento, uma coisa que eu percebo, ele vai muito na inércia, então o engajamento de hoje... hoje é quarta... vem muito dos dias anteriores, é porque quando eu troco RT, não necessariamente o cara com quem eu troquei o RT vai retuitar no mesmo dia que eu retuítei o conteúdo dele. Às vezes tem um gap assim, às vezes ele também tira uns dias de folga, ele esqueceu ou você ficou no fim da fila, sei lá. E aí, às vezes mando pra ele hoje na quarta e aí o RT vai pra sexta, pro sábado, às vezes uma semana depois, às vezes 1 mês depois... e aí fica circulando né nos dias seguintes. Eu vou trocar RT hoje, isso vai me dar mais retorno amanhã, depois de amanhã. O de hoje é resultado do de ontem. (Tiago, Trecho da entrevista)

Essa prática borra os limites entre o uso pessoal e o uso para trabalho da rede social. É interessante perceber como uma ferramenta relativamente simples, utilizada para passar informações adiante por milhares de pessoas, ganha outras conotações aqui, adquirindo de fato o estatuto de uma técnica de trabalho, de uma logística de divulgação com códigos próprios e adequados para isso. Não há nenhum documento formal ou manual oficial que informe os meios corretos de se pôr a troca de RTs em prática, mas, mesmo assim, esses sujeitos o fizeram de forma não-oficial e improvisada, conferindo outras funcionalidades à estrutura propiciada pelo próprio site. Tiago também conta que há perfis especializados nesse tipo de serviço, cobrando valores específicos para um retuíte, constituindo um verdadeiro mercado de divulgação pornográfica.

[...] é bem complexo isso, as tabelas são super elaboradas que essas páginas fazem, e aí variação de preços assim com n possibilidades, tipo assim: 1 RT com valor X, dois RTs por dia um valor Y, se você fecha com uma semana é outro valor, então tem esses pacotes mesmo de divulgação que é pra potencializar e gerar engajamento, gerar novos seguidores e dá resultado também. Eu já usei muito porque ajuda também. (Tiago, Trecho da entrevista)

A porosidade entre ambiente de trabalho e vida pessoal fica mais perceptível quando Tiago relata em outros momentos sobre o processo de criação do material que publica e a matéria-prima que rege isso e que o fez chegar até essa ocupação: tesão e fetiche. Tiago é bem categórico ao afirmar que precisa se excitar com o seu trabalho, que ele precisa ser, de fato, prazeroso, tanto para ele quanto para os outros homens com quem transa. Desde que começou a trabalhar com isso, suas vivências sexuais se tornaram parte do seu trabalho, como ele conta.

Muitos dos vídeos que grava sozinho são de momentos íntimos de prazer, como a masturbação e o uso de brinquedos sexuais, que ele também aproveita para registrar e publicar

posteriormente. As transas acompanhadas também ocorrem de forma parecida. São combinadas com antecedência e com ambas as partes cientes de que serão gravadas, mas como ele mesmo reitera diversas vezes, ele precisa estar com vontade de transar, para não parecer artificial e sim o mais espontâneo possível.

Quando eu tô com tesão, por exemplo, aí eu vou lá, aproveito e gravo. Não que eu grave toda vez, mas 90% das vezes sim, eu aproveito e já gravo. Mas é isso, é meio que com tesão. Quando é com outra pessoa, a gravação com outro cara, também não é nada muito calculado. Eu faço muito assim, eu tenho o meu ritual. Eu não consigo chegar num cara que eu não conheço e gravar. Por isso que eu não sei se conseguiria trabalhar em produtora, é uma dúvida que eu tenho: se eu tento gravar ainda com produtoras que já existem, né ou se eu continuo só na minha. Na minha assim, no sentido de criar o meu próprio conteúdo, porque eu não sei se eu conseguiria gravar com alguém que eu não conheço. Geralmente, eu recebo o cara, a gente conversa, troca uma ideia... 90% das vezes que eu gravo eu tô ou bêbado ou chapado, porque eu costumo fazer assim. (Tiago, Trecho de entrevista)

A fala acima denota o desejo do próprio Tiago em aproximar o máximo possível a sua experiência de trabalho da sua experiência vivida. Quando ele descreve o seu ritual pré-transa e conta que gosta de gravar dessa forma porque tem costume de fazer desse jeito, fica evidente aqui a permeabilidade entre o que poderia ser um acontecimento banal e cotidiano, mas se torna um episódio de trabalho, uma experiência que mistura elementos da vida não-profissional para serem gravados, editados e posteriormente comercializados.

A partir desses enunciados, podemos perceber como a força orgásmica — a força de trabalho do capitalismo biopolítico proposta por Preciado — é posta em ação nesse cenário, sendo constantemente acionada e convocada tanto pelos produtores de conteúdo, como pelas pessoas que consomem esse tipo de material. Na rede onde estes sujeitos operam, a *potentia gaudendi* age na medida em que excita esses corpos, em que desperta neles a possibilidade de atingir o prazer e o orgasmo, de chegar ao gozo. Aqui, não apenas Tiago, mas um corpo inteiro de sujeitos, formados por muitos outros corpos, trabalha conjuntamente para instilar excitação e prazer em outras dezenas de corpos, que responderão botando suas próprias forças orgásmicas para trabalhar, também gerando prazer e excitação.

Como Preciado nos mostra, a subjetividade desempenha um papel importante no regime farmacopornográfico, justamente por ser ela uma das produções dessa ordem econômica, mas também por atuar como matéria-prima deste capitalismo, constituindo aí um ciclo de produção que alimenta a si próprio. Desejos, vontades, comportamentos, formas de

ver, pensar e sentir o mundo agem de maneira a produzir mais subjetividades, que dessa forma, fabricarão outras.

Na rede de perfis +18, diversas "substâncias" se alinham e trabalham de maneira conjunta para produzir subjetividade, prazer e excitação. A estrutura do site, as imagens pornográficas, seus estímulos visuais e sonoros, as interações entre os sujeitos e também outros aspectos que precedem a atuação na rede social, como os corpos dos sujeitos, seus desejos, posições sexuais favoritas, experiências com outras pessoas e também fetiches. Sobre isso, Tiago afirma que precisou abraçar e se reconhecer como submisso para conseguir trabalhar produzindo conteúdo adulto.

Não sei, eu demorei pra me entender como sub [submisso], coisa eu não gostava, achava que era repugnante, sabe que... quando eu comecei a explorar isso, muito por ver isso na internet e explorar isso, e eu comecei a me ver ali e a sentir muito prazer com isso, e eu só me permiti viver isso porque eu vi que outros... porque eles se permitiam explorar isso, se eu não tivesse visto na internet, então, eu acho que eu taria reprimindo, reprimindo uma parte que pra mim hoje é muito importante, me faz contente assim. (Tiago, Trecho de entrevista)

Pelo trecho acima, podemos perceber como a própria internet propiciou a Tiago a possibilidade de compreender um desejo seu, abraçando esse traço como parte intrínseca de sua personalidade, mas também de sua persona de trabalho. Aqui, Tiago assume o quão importante é para ele se reconhecer como "submisso", dado o quanto isto lhe proporciona prazer e excitação, constituindo até uma maior liberdade sexual. É interessante apontar como, para além dele se apropriar disso como característica marcante do seu comportamento sexual, também incorpora isso ao seu trabalho, se manifestando como um "sub boy" no Twitter; ele utiliza um aspecto "muito importante", em suas palavras, de sua vida para se destacar dentro de um nicho do mercado sexual da internet e, assim, garantir visibilidade e engajamento.

Apesar deste mercado sexual que opera pelo Twitter já possuir alguns padrões notáveis de funcionamento e de comportamento dos sujeitos, ele ainda é um nicho novo e, portanto, não pode ser tomado e entendido de forma totalmente generalizada ou homogênea. Tiago comenta sobre a importância da criatividade para se trabalhar no Twitter e sobre como os nichos e as características físicas e subjetivas dos criadores devem ser exploradas para proporcionar o maior rendimento financeiro possível.

Ainda não há um consenso entre esses profissionais sobre o termo certo a ser usado para este trabalho, e a própria variedade de nomenclaturas vistas em campo já denunciam

isso. São atores pornôis? São exibicionistas ou strippers? Há homens que se denominam *porno influencer*, *porn influencer*, *e-porn*, *genital influencer* e até *professional slut*. Tiago rejeita todas estas definições, enquanto admite também que ainda não se encontrou em nenhum termo específico.

E aí, hoje em dia eu falo "ah, eu faço filme pornô". Sabe, eu acho que essa é a denominação que eu encontrei, não sei, fazer "ah, faço vídeo pornô amador", acho que é mais isso, assim. Eu não gosto da palavra "influencer"... aí, eu acho "influenciador" um termo um pouco... não gosto [risos], eu acho um pouco... não vou dizer prepotente, mas é que eu acho a palavra "influenciar" muito forte sabe, "influenciador" eu acho uma palavra estranha. Então, eu acho um pouco forçada a palavra, respeito também quem se define assim, sabe, mas eu acho "influenciador pornô"... acho que é um pouco uma forçada de barra. Agora, talvez "criador de conteúdo" pode ser também, mas eu também acho um pouco... não sei, eu gosto de falar logo que é pornô amador, sabe, eu acho mais direto. Eu acho que dá uma gourmetizada, talvez sabe, falar "influencer", eu acho que dá uma coisa meio... eu não me acho influencer, eu não tô influenciando ninguém sabe, eu tô querendo simplesmente fazer um vídeo e bater punheta. (Tiago, Trecho de entrevista)

Tiago deixa evidente a sua predileção por dizer que "faz" algo do que por dizer que "é" algo. Recusa a possibilidade de se considerar um "influenciador", e também não abraça por completo o termo "criador de conteúdo", apesar de se sentir mais confortável com ele. É importante mencionar que ambos os termos — influenciador e criador de conteúdo — vêm de outros mercados de trabalho, do nicho da comunicação, mas estão presentes na internet e mais ainda nas redes sociais, espaços que se entrecruzam com o local de trabalho de Tiago. Mesmo assim, ele abdica de usá-los, preferindo se referir a um mercado muito maior que antecede a internet, mas também está presente nele: o da indústria pornográfica.

E Tiago, de fato, se reconhece como um profissional dessa indústria. Começou este trabalho porque queria ser ator pornô, se refere às suas produções como vídeos de pornô amador e revela também que esse é apenas o primeiro passo em sua carreira, que deve continuar pelo caminho da pornografia. Tiago deseja criar um perfil de divulgação, onde irá cobrar para retuitar e promover o material de perfis +18. O dinheiro que ganhará com isso será investido em sua própria profissionalização; em algum momento, irá produzir vídeos mais elaborados, com equipamentos mais caros, roteiros aprimorados e até ajuda de outros profissionais. Ele quer criar mais e divulgar menos, cogitando inclusive a possibilidade de se aposentar do Only Fans em um futuro próximo.

## 4.2 Goku Piauiense

O primeiro contato com Goku Piauiense<sup>36</sup> ocorreu em 30 de maio de 2022, por meio das *Direct Messages* do Twitter. Enviei a ele uma mensagem me apresentando, informando os motivos da minha abordagem e a natureza da pesquisa realizada por mim, além do convite para que ele contribuísse com o estudo através de uma entrevista. De maneira geral, eu o convidei de maneira bastante parecida com a que fiz com Tiago, na esperança de que desse certo.

Goku é um interlocutor que eu queria entrevistar há algum tempo. Assim como muitos dos perfis que sigo, sua conta apareceu para mim através de um retweet ainda no final do ano de 2021. O tuíte em questão não tinha nenhuma imagem explícita de Goku promovendo seu conteúdo, mas sim um pequeno texto em que ele dizia ser advogado, funcionário público, estudante e pós-graduando na área de Direito, além de produtor de conteúdo adulto. Lembro de ficar intrigado com o tuíte e curioso para saber mais sobre a pessoa em questão. Como Goku pontuaria em um momento de nossa entrevista, o post serviu para instigar a pergunta "quem é este advogado que também tá no Only Fans?".

Figura 18 — Tuíte publicado por Goku Piauiense

**Chega da pra ouvir eco vindo da cabeça. Além do OnlyFans eu trabalho com licitações e contratos. Sou advogado, tenho pós graduação em direito penal e processo penal, especialização em criminologia jurídica. Mas também tenho um pauzao gostoso que as pessoas querem ver.**

Fonte: Disponibilizada pelo autor da publicação

Além disso, em sua bio consta que Goku reside, pelo menos parcialmente, em Fortaleza, o que despertou o meu interesse por conhecer um produtor de conteúdo que fosse da minha cidade e pudesse me oferecer um ponto de vista mais próximo e local sobre o mercado de produção de conteúdo pornográfico que consta em plataformas como o Only Fans e o Twitter. Em seu perfil, Goku se descreve como "leonino" e divulga os sites onde é possível encontrar as suas fotos e vídeos: Only Fans, Câmera Privê, OnNowPlay e Privacy. Há também um link onde é possível acessar todas as suas páginas, com uma breve descrição

36 Apêndice sugerido pelo entrevistado. Ele conta que é um nome de usuário usado em jogos online.

em inglês que diz "Olá pessoas, eu sou um cara brasileiro. Tenho 1,76 de altura, 87kg, pau grande e grosso 21cm.". Completando sua apresentação, Goku põe duas localizações como moradias, Piripiri no Piauí e Fortaleza, no Ceará.

No perfil, Goku revela o seu nome real acompanhado de "30% OFF", indicando uma promoção de assinaturas em sua conta do Only Fans. Além disso é possível ver também "62 K", apontando o número de seguidores que ele possui no Twitter, cerca de 62,4 mil. Na foto de perfil ele mostra o rosto iluminado por uma meia-luz um pouco arroxeadada. O ângulo da câmera é de baixo para cima e revela também parte do seu peito peludo à mostra. Na capa, Goku opta por cortar o rosto e deixar apenas o peito exposto. Pelas imagens, ele aparenta estar próximo do que se imagina ser o padrão de corpo e masculinidade socialmente esperado pelos homens que consomem pornografia na plataforma. Goku é alto, forte, peludo, tem aparência "parruda", cabelo curto e barba feita, sua pele é branca e de tonalidade bronzeada e o seu pênis está acima da média do homem brasileiro, podendo ser chamado de "dotado".

Em nosso contato, Goku me respondeu cerca de 17 minutos após a primeira mensagem já manifestando interesse na pesquisa. Como não estava em Fortaleza, pediu que a entrevista acontecesse por videochamada, o que não configurou um problema para mim. Menos de 24 horas depois, no dia 31, nos encontramos no Google Meet às 21 horas e conversamos por pouco mais de uma hora sobre o trabalho que ele realiza na internet.

Logo no começo, Goku afirma ter 28 anos e ser natural de Teresina, no Piauí. Atualmente trabalha na prefeitura de Piripiri e aos finais de semana viaja para Fortaleza para ver seu namorado. É formado em Direito, pós-graduado em Direito Penal e Processo Penal e possui uma especialização em Criminologia Jurídica, além de produzir conteúdo adulto para quatro plataformas online. O trabalho no órgão administrativo, segundo ele, não tem muito a ver com as suas formações, mas com Direito Administrativo e é um emprego que o permite cuidar das suas contas, produzir e divulgar o seu conteúdo no restante do tempo que tem livre. Sobre o trabalho pornográfico, Goku não o vê como um adicional, mas como uma fonte de renda tão importante quanto o seu emprego.

Goku conta que conheceu o Only Fans durante o período de isolamento causado pela pandemia do Covid-19. Nesta época ele já tinha uma conta de uso pessoal no Twitter que contava com cerca de 29 mil seguidores. Em sua página, falava de assuntos aleatórios sobre cultura pop, algo que ele gosta bastante, e postava fotos sensuais exibindo algumas partes do corpo, mas nada muito explícito. Goku afirma que sempre foi um pouco exibicionista. Ele



chega até a revelar que muitas pessoas já o seguiam por pensar que ele era um ator pornô, algo que ele ainda não fazia nessa época.

As coisas mudaram em dezembro de 2021, quando percebeu que estava com dívidas e não tinha dinheiro suficiente para pagá-las. Encorajado pelo próprio namorado, Goku decidiu criar uma conta no Only Fans.

Bom, a ideia foi dele. A ideia foi dele. A gente já tem quase dois anos de namoro, dois anos que a gente começou a ficar agora em agosto e dois anos de namoro em outubro. E o momento de entrada pro Only Fans foi em que ele... novembro pra dezembro... a gente tem uma planilha né de cálculos que a gente pode fazer, de gastos que a gente pode fazer, que o nosso dinheiro a gente gasta junto e paga as contas juntos. Comprar alguma coisa, paga eu e ele. E quando chegou tipo assim em dezembro, nós fizemos um cálculo errado e aí vimos que estávamos devendo uma quantia um pouco grande né, que tava faltando e até então a gente só tinha a nossa quantia do trabalho né. [...] Aí ele foi e falou assim "por que que tu não faz um Only Fans? Tá na hora". Aí eu disse "sério?". "É, vamo, vamo... vamo testar". E aí testamos. E quando foi na primeira semana que acabou dando muitas assinaturas, a gente se olhou e disse "é isso, a gente não tá fazendo mal a ninguém, só nós dois né, então vamos ter que aprender a lidar com essa exposição, com o assédio das pessoas que querem transar com a gente". (Goku, trecho da entrevista)

É importante apontar que antes do Only Fans, Goku já tinha tido uma experiência de exibição pornográfica online no Privacy, uma plataforma que ele não gostou muito. "Eu fiz pra experimentar, porque o processo de você criar era mais fácil que no Only Fans, muito mais fácil de você conseguir gerenciar sua conta e conseguir monetizar", ele afirma. O momento de ganhar dinheiro mesmo só veio após o contato com o Only Fans, o que denota que esta plataforma é atualmente a maior no que tange o alcance de pessoas e número de assinaturas.

Como é possível perceber pelo trecho transcrito acima, o namorado de Goku também possui uma conta no site para que ambos possam se exibir no Only Fans. Uma das regras da plataforma é que todas as pessoas que aparecem nos conteúdos, sejam fotos ou vídeos, devem ter um perfil ativo no site, incapacitando assim a aparição de pessoas anônimas e sigilosas. Segundo Goku, a conta do seu namorado serve mais como um suporte, sendo a sua de fato a principal fonte de renda para o casal.

A maioria dos vídeos produzidos e divulgados por Goku são de transas realizadas com o seu namorado, tirando os que ele produz sozinho. Ele descreve o seu conteúdo como completamente amador e demonstra não ter muito interesse em produções mais profissionalizadas, com orçamentos maiores e uso de equipamentos mais caros. Segundo ele, o seu público o procura por gostar desse tipo específico de pornografia. Goku rejeita até o

termo "ator pornô", por considerá-lo mais adequado para profissionais que trabalham com produtoras de filmes pornográficos.

Além disso, Goku também faz *lives*, apresentações ao vivo nas quais ele exhibe o seu corpo e se masturba para um conjunto de internautas. Essas exhibições acontecem no Câmera Privê, uma plataforma que ele está começando a explorar mais recentemente. Nela, o exibicionista abre uma sala para um grupo de pessoas que podem vê-lo sem pagar. Caso queira uma exibição mais exclusiva e privada, o internauta pode ir para uma sala privativa com o exibicionista, pagando para que ele execute determinadas ações.

Logo depois [do Only Fans] eu fui pro Câmera Privê, porque eu achei bem fácil e interessante também, achei fácil de criar a conta, mas confesso que no começo eu não dava tanta bola pro Câmera Privê, ficava realmente com muita preguiça de ter aquele momento de interação ao vivo com a pessoa, pessoa que você não está vendo né, só ela está te vendo. Mas, eu fui perdendo a timidez com o tempo. Hoje eu tiro também um bom dinheiro, faço lives em horários não convencionais, é a minha estratégia. [...] Depois das onze horas da noite já tem menos modelos e eu descobri que as pessoas adoram me ver quando eu vou tomar banho. Seis e meia da manhã, sete horas da manhã, eu vou no banheiro, as pessoas pagam pra me ver tomando banho. Então, eu uso o tempo de uma coisa que eu já iria fazer normalmente pra poder ganhar dinheiro. Então tem dia que num banho eu ganho 50 reais, só porque eu to tomando banho, coisa que eu já ia fazer [...] e aí eu tiro um dinheirinho dali. (Goku, trecho da entrevista)

Para Goku, o contato com o Câmera Privê também está sendo interessante por permitir que ele tenha um contato maior e mais aproximado com os homens que consomem o seu conteúdo. No Only Fans, essa comunicação não acontece de maneira tão fácil e o acesso às informações dos assinantes é praticamente inexistente. Já no Câmera Privê, Goku consegue descobrir quais outras coisas seus clientes gostam, incluindo até a maneira como ele se apresenta online.

Em seus vídeos transando, Goku aparece sendo ativo. Mas, nas apresentações ao vivo, é comum que peçam para que ele mostre a bunda e exhiba um lado mais passivo ou versátil. Com isso, Goku viu uma maneira de experimentar mais a sua persona pornográfica, brincando e exibindo a sua versatilidade. Ele, inclusive, já demonstra querer levar mais disso para o Only Fans e para o Twitter também. No dia anterior a nossa conversa, ele fez um tuíte no qual dizia ter testado um massageador anal. No dia seguinte, já tinha conseguido mais quatro assinantes na plataforma.

Nesse mês eu tô bem defasado na divulgação, eu quase não postei foto, eu tô só retuitando aquelas coisas que eu já postei porque eu também não quero saturar o meu Twitter de fotos com possíveis conteúdos que vá postar, entendeu? Eu quero só

instigar como eu instiguei ontem, ontem eu só mencionei que eu tinha usado o massageador anal. De ontem pra hoje eu tive quatro assinaturas só porque eu mencionei, eu não precisei mostrar nada. Eu mencionei que tinha postado no coisa [Only Fans]. Então, eu tô vendo essa outra forma também de trabalhar com a minha divulgação, não só com a imagem do meu corpo pelado, não só vídeos, mas nessa também de instigar com pequenas coisas, falar... por mais que eu não esteja excitado pra isso, ninguém tá me vendo por detrás da tela. É um momento que eu posso simplesmente criar esse personagem 100% safado toda hora, mesmo eu não sendo essa pessoa. (Goku, trecho da entrevista)

Neste trecho e em outros momentos da entrevista, Goku confessa estar com a sua divulgação bem atrasada e com pouca disposição para remediar isso no momento. Ele também afirma não pensar muito em outras estratégias de divulgação, sendo a troca de RTs com outros modelos a principal tática utilizada para propagar o seu conteúdo pelo Twitter. Entretanto, Goku revela não conseguir dar muita atenção para os outros produtores que o abordam com esse intuito, contando inclusive que durante o expediente do seu trabalho e nos fins de semana é incapaz de dar a atenção necessária ao Twitter. Os adjetivos que ele utiliza para descrever esse processo de divulgação e troca de RTs incluem "estressante", "exaustivo" e "cansativo".

A minha estratégia é basicamente essa mesma no Twitter, não é nada muito mirabolante não. No começo eu ficava procurando mais RT, só que agora depois que eu dobrei o número de seguidores, muitas contas vêm até mim pra trocar RTs e eu não me importo com o número de seguidores que a pessoa tem, se ela tem mil seguidores, dois mil seguidores [...] eu troco com todo mundo que eu acho legal, que eu acho o conteúdo legal. [...] No Twitter basicamente é isso, a coisa que eu posso fazer é ir atrás de outros modelos, eu procuro modelos internacionais pra ver se eles querem trocar porque aqui dentro do Brasil, de verdade, eu acho que não tem muito pra onde eu ir agora, eu tenho que procurar os de fora. Eu acho que é um público que realmente tem interesse em pagar, não tanto no Brasil, eu acho que os de fora tem mais interesse em pagar pra ver os brasileiros do que os próprios brasileiros. Mas no Câmera Privê, por exemplo, eu sempre peço pra que eles sigam a minha página, dar uma curtida nas fotos, porque lá tem as redes sociais né? Então, se alguém não me conhece pelo Twitter, ela vai me conhecer pelo Câmera Privê. Não tenho muita estratégia de marketing com o Only Fans, porque basicamente o que a gente consegue trabalhar é no Twitter, porque no Instagram a gente não pode postar nada. (Goku, trecho da entrevista)

Por esta fala, é possível notar que Goku chegou a um certo patamar de estabilidade no que concerne o seu trabalho como produtor de conteúdo adulto. Ele tem um número fiel de assinantes e uma quantidade expressiva de seguidores que tanto o ajudam a se manter financeiramente, como assegura que o seu conteúdo no Twitter não fique parado, mas rodando através de RTs e curtidas. Sendo assim, ele consegue focar menos no processo de divulgação sem perder tanto dinheiro ou clientes. Além disso, seu namorado também o ajuda com isso pois tem acesso às suas contas profissionais.

A respeito de outra estratégia de divulgação já observada durante essa pesquisa (a categorização em nichos), Goku procura não se encaixar em nada. Em seu perfil, além das características já citadas no início desse subtópico, não há nada que especifique o tipo de material ou de modelo que será encontrado naquela conta. Ao contrário de outros que geralmente se colocam dentro de algum nicho das culturas gays (*daddy*, *bear*, *twink*, fetichista, *pet play*, etc), Goku não divulga nada que o classifique em algum grupo. Em sua visão, "nesse trabalho você tem que trabalhar de todas as formas".

Ele afirma que se apresenta como ativo em suas produções por elas serem em grande maioria com o seu namorado, que tem preferência por ser passivo. Além disso, ele acredita que ao se categorizar em algo, pode estar perdendo algum público e o seu objetivo é atingir todos os que puder. Ainda sobre o mesmo assunto, Goku demonstra uma certa confusão em relação aos nichos e o que define cada um propriamente.

Eu me apresento mais como ativo porque meu namorado é passivo e os meus vídeos com ele são dele sendo passivo, mas é uma coisa que eu também já tô tirando, desmistificando, porque eu vi pelo Câmera Privê outra visão que as pessoas gostam muito que eu seja versátil. Pedem pra ver minha bunda então eu já tô postando mais a minha bunda... e sobre as outras categorias de *bear*, na verdade eu não botei porque eu não sei me definir. Tenho medo de postar alguma coisa e não ser aquilo que eu acho que eu sou. Tipo, não sei se sou *muscle bear*, se sou lontra... eu fico nessas daí. (Goku, trecho da entrevista)

Sua dúvida coincide com uma confusão que se deu recentemente no Twitter, na qual um internauta fez um post afirmando ser uma "ursinha" ou *bear*. O tuíte em questão foi rebatido por outra pessoa, que acusou o primeiro de não ser *bear* e ainda disponibilizou um vídeo catalogando 28 nomenclaturas inclusas apenas neste nicho. No fim das contas, a incerteza de Goku sobre a própria identidade como produtor de conteúdo se mostra pertinente visto a miríade de categorias que podem existir e suas definições não tão exatas.

Sobre os termos referentes ao trabalho que realiza, Goku confessa não pensar muito no assunto e até admite que talvez seja melhor não haver nenhuma definição exata. Não se considera ator pornô por não trabalhar com produtoras e também não produzir um conteúdo com estética profissional. Ele reitera que suas produções giram em torno do amadorismo e, por isso, o cargo de ator pornô não faz tanto sentido. Durante a entrevista, Goku utiliza o termo "modelo" diversas vezes para se referir a si e aos outros produtores de conteúdo adulto e afirma que faz isso por esse já ser o nome dado pelo próprio Only Fans. Além disso, se considera também *camboy* por trabalhar com apresentações ao vivo.

É, acho que nunca, é... acho que nunca tinha nem me questionado sobre isso. Nunca cheguei a ver nenhuma conversa sobre isso. Mas, assim, tem algumas pessoas que se definem como "ator pornô" né, que trabalham com conteúdo adulto, que também trabalham pra produtoras, então eles oficialmente são atores pornôs. Eles trabalham com produtoras. Já eu eu acho que eu não me enquadro nisso. Meu público é totalmente amador, os vídeos são meus em casa, tá? São vídeos com o meu namorado e a gente bota num pedestal, bota em cima da mesa, entendeu? O meu conteúdo é totalmente amador. A única coisa profissional que eu fiz foi um ensaio fotográfico agora, que a gente tá postando, mas eu não me veria como ator, mas sei lá, como um modelo da plataforma, *camboy* pode ser né porque eu faço câmara... (Goku, trecho da entrevista)

Pela entrevista fica cada vez mais evidente que, apesar de trabalhar com isso e considerar essa uma de suas principais fontes de renda financeira, Goku não possui uma dedicação tão intensa quanto outros profissionais do ramo. Na conversa ele admite várias vezes estar com a divulgação atrasada e quando perguntado sobre tópicos muito específicos sobre o trabalho, como a classificação em nichos, demonstra não pensar muito sobre o assunto. Em sua própria conta, inclusive, é possível encontrar alguns tuítes que fogem à norma e falam de temáticas aleatórias, como *drag queens*, cantoras pop e jogos de videogame. Ele até revela que após criar a conta no Only Fans, precisou se moderar mais em relação a esses temas e assumir uma persona mais sexualizada, diferente de quem ele é "na vida real". "Ninguém tá me vendo por detrás da tela. É um momento que eu posso simplesmente criar esse personagem 100% safado toda hora, mesmo eu não sendo essa pessoa", ele diz.

Ele admite, no entanto, estar tentando equilibrar isso e levar outras coisas para o seu perfil que não sejam apenas pornografia. Para Goku, muitas pessoas o seguiram para acompanhar a vida de um advogado que também trabalha com conteúdo adulto, mas ele revela que em algum momento se esqueceu de mostrar o seu outro lado nas redes. Agora, ele tenta mudar isso falando até de política em sua conta. O produtor conta que sempre gostou de conversar sobre esses assuntos e foi inclusive o que o levou a cursar Direito.

Quando perguntado sobre como a sexualização excessiva do trabalho têm afetado sua vida pessoal, Goku garante que tenta continuar a vida normalmente fazendo tudo que já fazia antes, sem deixar a fama do trabalho subir à cabeça e procurando lidar da maneira mais educada possível com os assediadores que aparecem.

Na verdade assim, não me afetou como pessoa essa parte da sexualização. Entendeu? Porque eu continuo fazendo as mesmas coisas que eu já fazia antes, me relacionando com as mesmas pessoas todos os dias, com os amigos e sexualmente sempre me relacionei com o meu namorado com quem a gente queria se relacionar também, né? Só aumentou o assédio, o assédio de pessoas que eu não conheço. Às vezes é muito estranho, inclusive eu sempre falo isso "gente, eu acho muito estranho que as pessoas paguem pra me ver", entendeu? Porque eu não me vejo [como] essa pessoa totalmente

inalcançável, totalmente... normalmente como a gente bota né, alguém assim um pouco né... e eu nunca fui isso, nunca me vejo nessa coisa né. E eu sempre fiquei chocado com as pessoas pagarem pra me ver, pagarem pra ver o meu corpo, pagarem pra ter aquele momento com elas né. Mas, só afetou isso, teve um aumento muito grande no assédio e isso é uma coisa que eu vou lidando todos os dias, aprendendo mais a como não ser uma pessoa escrota. Eu não quero ser escroto com as pessoas. Normalmente, muita gente que nos assediam, a gente não tem aquele interesse sexual, mas você não pode ser uma pessoa escrota, você tem que ser cordial não só pelo conteúdo, mas porque assim, como eu tô te dizendo, eu não vou deixar de ser eu porque eu vendo os meus conteúdos, eu vou continuar sendo a mesma pessoas que eu sou, que eu sempre fui e eu não deixo isso me afetar, entendeu? Essa coisa do carinha do Only Fans e não sei o quê, famoso no Twitter e nanana... não, eu sou a mesma pessoa, o mesmo abestado que fica falando de LOL, falando dessas coisas bestas, que bebe cachaça pra porra, pronto. Nas minhas relações pessoais e fora disso, não me afetou. (Goku, trecho da entrevista)

Além dos assédios cometidos contra ele e seu namorado, Goku também se queixa da saturação nas redes sociais e do tempo requerido para divulgar propriamente o seu conteúdo na internet. Ele cita a pressão para se conseguir números e para dar visibilidade a esses números. Eles são importantes no na quantidade de retuítes, curtidas e assinantes que seu conteúdo pode conseguir pela internet afora. A pressão é, para além de conseguir esses números, também mostrá-los aos outros produtores e consumidores de pornografia online. A tensão de manter o "personagem 100% safado" também é presente e parte do trabalho.

Não consigo ser essa pessoa 100% sexual. Às vezes no Twitter eu tô falando, tô tuitando assim alguma coisa mais safadinha, eu tô aqui no tédio, eu tô morrendo de tédio procurando alguma coisa nos 300 catálogos que eu tenho assinado pra assistir porque eu já assisti tudo. Entendeu? Então, é um pouco de saturação mas é um pouco que você tem que manter né, então, você tem que usar um pouco do seu tempo também pra movimentar. (Goku, trecho da entrevista)

Goku pretende continuar trabalho com isso enquanto não houverem interferências maiores em sua vida pessoal e profissional. Consegue lidar tranquilamente com os problemas que aparecem, mas refuta a ideia de fazer esse trabalho a longo prazo. Aqui, o dinheiro e a disposição contam como fatores importantes e decisivos para a sua permanência no mundo da pornografia online.

É como eu tô te dizendo, enquanto ele não me afetar nos âmbitos privados da minha vida e tiver dando dinheiro, eu vou continuar. A partir do momento que eu ver que não tiver dando dinheiro e se eu não tiver me esforçando, eu vou parar e vida que segue. Entendeu? Mas, a longo, longo, longo prazo não... não é o que eu quero. Eu quero por enquanto que eu sou jovem, que eu tenho um corpo que atrai algumas pessoas de certa forma, que eu tenho disposição também pra me expor. Enfim, eu não sei mas, pro restante da minha vida é algo que eu não quero. Entendeu? Estou em determinado momento, não sei até quando, mas pro futuro grande não é o que eu quero. (Goku, trecho da entrevista)

A declaração de Goku vai de encontro aos relatos dos outros entrevistados dessa pesquisa e a outros encontrados pela internet sobre o assunto. Goku de fato não se vê como ator pornô, não classifica o seu conteúdo como pornografia profissional e, apesar de considerar o trabalho como uma fonte de renda, não dedica mais do seu tempo e dinheiro para investir nisso como outros fazem. Sua persona sexual, até o momento, parece ter data de validade, ainda que não definida.

Essas explicações talvez tenham até relação com o fato de que Goku nunca foi muito adepto do consumo de pornografia. Ele conta que sim, teve acesso a conteúdos pornográficos e adultos durante a sua vida, mas não se considera o maior entusiasta de todos. Não conhece muitos nomes de produtores e nem de atores pornôs e confessa que, antes de virar modelo e produtor de conteúdo adulto, gostava de ficar vendo vídeos feitos por ele mesmo ou exibindo em sites como o Cam4 ou por nudes trocadas com outros.

Eu nunca consumi pornografia, tipo, pornografia de abrir o XVideos, de abrir alguma coisa e me excitar tão grande com aquilo a ponto de ficar batendo punheta e tudo mais. É, eu sempre gostei da pornografia quando eu me exibia, eu sempre gostei de gravar vídeos, pequenos vídeos pra eu ficar me masturbando depois vendo aquilo. Ou então gostava de entrar no Cam4 que tinha, não sei se ainda tem o Cam4, entrava ali e ficava conversando com as pessoas e aquela interação, mas não era uma coisa que eu tinha uma frequência muito grande, era uma coisa tipo assim "ai, uma vez no mês eu surtei e eu quero isso" e aí eu fico vendo aquilo ali. Minha relação com pornografia sempre foi muito pouca assim, se me perguntasse assim "nomes de atores pornôs famosos de uma produtora", eu não sei. [...] Mas é isso, eu não tinha essa relação com a pornografia muito grande de assistir, de consumir conteúdo das outras pessoas. Eu via as minhas coisas, de vez em quando... tinha uma lista no Twitter que eu adicionei alguns perfis, ficava rolando ali e se eu visse alguma coisa que achasse interessante, eu assistia, eram vídeos curtos né, rolava mais um pouquinho e pronto. Eu gostava de trocar nudes com outras pessoas, tipo mandar nude pra algum contatinho e a gente ficar conversando ali e enfim, ou então já ir pros finalmente. Nunca fui consumidor de pornografia, hoje eu sou produtor e vendo pornografia, mas eu não sou consumidor, entendeu? Eu não tenho essa relação grande. (Goku, trecho da entrevista)

O que se mostra notório por essa entrevista com Goku é que grande parte do que ele produz hoje é um reflexo da sua relação com pornografia muito antes disso. Pelas falas, fica visível que Goku se sente mais confortável e excitado consumido vídeos de estética mais amadora, que se aproximam mais das relações sexuais que podemos ter no dia a dia. Isso se torna ainda mais perceptível pela escolha de produzir quase todo o seu conteúdo com seu parceiro, dando um ar ainda maior de autenticidade e exatidão às imagens que divulga, mesmo que no fim das contas elas passem por um processo de produção e edição.

Voltando ao começo da entrevista, podemos ver de maneira ainda mais óbvia que Goku realmente não se sente totalmente integrado a esse mercado. Ele entrou pelo dinheiro e

perspectiva financeira que o trabalho oferece e afirma querer continuar enquanto isso estiver dando resultado. Seu esforço neste ofício tem muito mais relação com o poder aquisitivo que ele pode oferecer do que com algum desejo de se tornar um produtor de conteúdo adulto reconhecido e se firmar nesse mercado.

### 4.3 Pinky

Em comparação aos outros entrevistados dessa pesquisa, Pinky<sup>37</sup> é o mais assertivo em relação ao seu trabalho bem no início de nossa conversa. Ele se afirma como "ator pornô, especialmente no amador", apesar de já ter feito trabalhos com produtoras profissionais também. Além disso, é formado em Biologia e atualmente faz um mestrado onde estuda psicologia da sexualidade.

Pinky tem 29 anos e foi "nascido, criado e prostituído na cidade de São Paulo", em suas palavras, já tendo morando em Sorocaba por um período. No momento de nossa entrevista (iniciada após meia hora de atraso), ele almoça um frango à parmegiana enquanto responde tranquilamente as perguntas que faço pelo outro lado da tela. Nosso primeiro contato ocorreu em 23 de maio pelo Whatsapp, após Tiago, o primeiro entrevistado, me passar o seu número dizendo que ele com certeza toparia ter uma conversa comigo. Tiago estava certo.

Mas eu conheci Pinky pelas redes sociais muito antes disso. Seu conteúdo é famoso, se destaca e chegou a circular para mim no Twitter logo quando comecei a realizar esta pesquisa. Pinky é conhecido por produzir fotos e vídeos de teor fetichista, explorando práticas sexuais menos tradicionais e mais incomuns de serem vistas em uma rede social. O nome "pinky", inclusive, é o alter ego do seu puppy<sup>38</sup>, um personagem animalesco que ele encarna em transas e performances envolvidas no pet play, uma prática sexual onde as pessoas vestem fantasias de animais e se comportam como eles durante o sexo.

Eu comecei a minha produção de pornô já pensando em explorar um nicho muito específico que é o nicho fetichista. Foi minha ideia desde o começo. Então assim, eu já fazia coisas que eu faço na minha vida particular, gosto muito de cheiro, gosto muito de pêlos, gosto muito de saliva, gosto muito de suor, gosto muito de mijo, então eu fui explorando todas essas coisas desde o começo, tanto nas fotos quanto nos vídeos. (Pinky, trecho da entrevista)

---

37 Apelido sugerido pelo próprio entrevistado. Pinky é um dos nomes artísticos que ele usa em sua profissão, como será visto no decorrer deste tópico.

38 Puppy é uma palavra inglesa usada para se referir especificamente a filhotes de cachorros domésticos.



Pinky também utiliza outros dois termos para se descrever: *kinky* e *chaser*. O primeiro se refere ao seu tesão por fetiches e práticas sexuais não convencionais. O segundo é usado para descrever pessoas que se sentem atraídas por *bears*, algo que contrasta bastante com a própria fisionomia do entrevistado, um homem branco e magro, com alguns músculos aparentes e peludo.

Então, eu me considero *chaser* porque a minha preferência sexual é por ursos, é... e eu também me considero *kinky* porque eu sempre tive um gosto sexual bem excêntrico, digamos. Eu descobri que eu tinha fetiche em suor quando eu tinha doze anos de idade. Então, eu sempre fui bem *kinky*, me descobri *chaser* mais tarde ali com uns dezessete anos, minha vida sexual começou bem cedo, então eu juntei as duas coisas. Sou *kinky*, sou *chaser*, sou um *chaser kinky*, sou um *kinky chaser*. E é isso, eu juntei. Pinky veio depois. O pinky é o meu nome de cachorro, mas como o Pinky só veio depois que eu comecei a fazer pornô, eu já tinha mandado fazer o logo, então já tava meio tarde pra voltar atrás [no nome artístico]. (Pinky, trecho da entrevista)

O entrevistado começou a trabalhar com isso entre 2019 e 2020, bem no início da pandemia, ele recorda. À época morava em Sorocaba com os pais e já havia concluído sua graduação. Porém, estava desempregado e com dificuldades para conseguir um trabalho. Além disso, ele lembra sentir um certo desespero com a situação do mundo devido a pandemia causada pelo Covid-19. Pinky conta que algumas pessoas o aconselharam a entrar no Only Fans como modelo, visto que ele sempre teve "um perfil meio exibicionista" e pouco pudor para expor e falar da própria sexualidade.

Neste mesmo período conheceu Tiago, o primeiro entrevistado, que o aconselhou e contou tudo a respeito do funcionamento do Only Fans e do Twitter. Pinky relata que desde o início seu negócio se desenvolveu em ritmo de crescimento, chegando a fazer parcerias com modelos mais conhecidos e, posteriormente, com produtoras profissionais de filmes pornô. Os vídeos evoluíram dele se exibindo sozinho até as transas atuais que contam com produtores conhecidos dentro deste nicho. Atualmente, Pinky vive disso, é o trabalho que paga as suas contas.

Além do Only Fans, ele também vende conteúdo em plataformas como o OnNowPlay, um site onde é possível comprar um domínio e deixar a url mais exclusiva, o Just For Fans e o XVideos. Todo o conteúdo disponibilizado para venda nesses lugares é divulgado principalmente no Twitter, onde Pinky se esforça para atingir mais consumidores e firmar parcerias futuras.

Seu ritmo de produção fica aquém do que ele gostaria devido aos seus outros afazeres,

como o mestrado, e as próprias demandas do trabalho que requerem, além de tudo, tempo. Pinky conta que é responsável por todo o processo, desde a captação das imagens, sejam fotos ou vídeos, a edição delas e a divulgação do conteúdo no Twitter e nas outras plataformas. Todos os procedimentos acabam influenciando no quanto ele produz de fato — cerca de dois vídeos por semana — e, para ele, o ideal seriam três.

O pessoal pensa que é só ligar uma câmera, bater uma punheta e acabou, só que é muito mais do que isso. Você tem que trocar divulgação com outros modelos se não você não vai ter visibilidade, você tem que administrar muito bem as suas redes sociais se não não vai ter visibilidade. Precisa buscar parcerias porque não é sempre que cai do céu as parcerias, pessoal querendo fazer conteúdo junto com você, então às vezes você tem que buscar, ficar procurando gente que tem conteúdo a fim do seu, pra querer fazer coisa com você. Tudo isso demanda muito tempo. É bem menos simples do que as pessoas imaginam. [...] Mas é isso, eu tenho produzido menos do que eu gostaria de produzir, mas eu faço tudo sozinho. Se eu chegar num momento de poder delegar, tipo, fazer só os vídeos, poder colocar minhas redes sociais nas mãos de uma pessoa, minha edição de vídeos nas mãos de outra e terceirizar essa parte, eu pretendo, mas eu ainda não tenho caixa pra isso. (Pinky, trecho da entrevista)

Como evidenciado pelo trecho acima, no Twitter as principais prioridades de Pinky envolvem buscar pessoas dispostas a gravar com ele e divulgar o seu conteúdo na plataforma. O processo é enfadonho, cansativo e leva tempo, pois precisa conquistar clientes e também parceiros de negócio. O caso do entrevistado talvez seja ainda mais específico pois ele produz conteúdo para um determinado nicho pornográfico e, portanto, os produtores que colaboram com ele precisam ter um tipo de conteúdo que seja no mínimo parecido.

Para Pinky, a parte mais chata do trabalho é a rotina de divulgação que inclui saber o horário certo para postar e fazer interações na plataforma, retuitar conteúdos próprios para que eles continuem circulando pelo site e procurar outros modelos para fazer a troca de RTs. Pinky conta que o ideal é entrar em contato com pelo menos 200 produtores de conteúdo adulto diariamente. No Twitter, os horários de pico (períodos em que há um número maior de internautas online na plataforma) são entre o final da tarde e o começo da noite, logo, os momentos ideais para divulgar o conteúdo no site.

O principal veículo do Twitter é essa troca de RT. Eu tava trocando, mais ou menos uns 120 RTs por dia. E leva de uma a duas horas, pra fazer isso, sem parar, tipo, frito no celular ou no computador. Só mandando mensagem, trocando RT, mandando mensagem, trocando RT, mandando mensagem, trocando RT... é bem maçante. Normalmente eu não tenho paciência pra fazer uma hora, duas horas corridas disso. Então, eu faço tipo vinte minutinhos aqui, vinte minutinhos ali, vou diluindo ao longo do dia os meus RTs. Não é o ideal, porque você acaba perdendo um pouco de poder no alcance do algoritmo, porque tem horários que são mais poderosos do que outros na hora de entregar o conteúdo pro público, né, todo mundo sabe disso. Mas, é isso, são escolhas que a gente faz. (Pinky, trecho da entrevista)

Além disso, ele também utiliza outras estratégias para principalmente conseguir assinantes, como promoções e sorteios de assinaturas grátis. Em ocasiões "comemorativas", em suas palavras, como quando por exemplo conquista mais 10 mil seguidores, sorteia alguns acessos gratuitos para os internautas do Twitter. Pinky também conta que comentar no conteúdo de outros produtores gera um bom engajamento, pois traz visibilidade para a sua própria conta.

A grande maioria das assinaturas que tenta conquistar são para o Only Fans, a plataforma que segundo ele tem o maior corpo de assinantes. Apesar disso, se queixa da plataforma devido às suas restrições que têm ficado cada vez mais rigorosas. Pinky conta que nela não é mais possível veicular imagens que contenham fluidos humanos, como urina e sêmen, uma medida que impacta diretamente no tipo de conteúdo que ele produz. Apesar de focar em vídeos e fotos que exibam práticas sexuais não convencionais, Pinky também se rende ao que ele chama de "arroz com feijão", em outras palavras, conteúdo adulto mais comum e tradicional.

Depois de um certo tempo que eu comecei a servir arroz com feijão porque eu sei que vende também, então tem muito vídeo que eu posto ali que é arroz com feijão, que eu sei que não tem nada a ver com conteúdo fetichista, mas eu preciso abranger um público maior pra poder vender. (Pinky, trecho da entrevista)

A estética que ele leva para as suas imagens não para por aí, como mencionado anteriormente. Pinky também é adepto da prática do pet play e ele assume a figura de um *puppy*, que seria um cachorro filhote. Nesse sentido, ele faz o que chama de "*puppy play*", que seria uma brincadeira entre filhotes, com outros atores pornô e produtores de conteúdo que também participam desse nicho. Ele conta que só descobriu o pet play seis meses após começar a trabalhar com pornografia, mas soube de imediato que precisava incorporar isso em sua produção.

O *puppy play* é um termo usado mais pros cachorros, mas o *pet play* engloba vários outros animais. Aí tem gato, cavalo, porco, até pato tem hoje em dia. Virou uma bagunça, virou zoológico. O lance do filhote... existe uma questão de convenção também, é muito raro você, muito raro não, mas não é tão usual você ver os cachorros se chamando de cachorros, de "dogs" em inglês, normalmente eles são *puppies*. Não é sempre o caso, mas é o mais usual. Inclusive, eu apresentei uma apresentação numa disciplina de Abordagens Evolucionistas da Orientação Sexual hoje de manhã sobre o *pet play* e existe um motivo também que leva as pessoas a adotarem mais o "*puppy*" do que o "*dog*", que é um dos grandes eixos do *pet play* é a brincadeira, é você brincar de bolinha, brincar de pegar objetos e tal e esse eixo ele se sustenta mais fácil em cima de um cachorrinho filhote do que de um cachorro adulto. (Pinky, trecho da

entrevista)

Pinky admite que, no entanto, esse não é o seu conteúdo mais vendável. Ele conta que mesmo após começar a produzir vídeos com esse tipo de prática, o número de assinantes não teve um aumento expressivo, continuando quase a mesma coisa.

*O puppy play ele não é o meu conteúdo que faz mais sucesso. Em comparação aos meus vídeos mais tradicionais, os meus vídeos de puppy não vendem tanto. Mas eu faço questão de fazer porque primeiro que existe um nicho mercadológico aí que eu faço questão de explorar, entendeu? Tem pouquíssimos puppies no mundo e eu faço questão de ser um deles. E segundo que é uma coisa que eu gosto, me diverte, me entretém, me dá tesão, me dá prazer, então eu faço mais pra mim do que pra vender, pra ser sincero, porque vender em si não vende tão bem não. Eu acho que serve pra aguçar a curiosidade da galera porque muita gente não sabe como funciona, talvez sirva mais pelo apelo estético porque o pessoal acha bonita a máscara, o harness e tal, agora pornô de pet play não vende tanto, infelizmente. (Pinky, trecho da entrevista)*

O *pet play* tem, entretanto, rendido outras experiências profissionais para Pinky. Por causa do seu contato com essa prática, ele foi chamado para fazer um trabalho com a Ediy porn, uma produtora de pornô desviante de São Paulo. O conteúdo produzido entre eles foi licenciado e comprado pela Sexy Hot, outra produtora pornográfica, que o convidou para produzir mais um vídeo.

Sobre as experiências entre trabalhar com produtoras profissionais e produzir pornografia amadora, Pinky relata algumas diferenças significativas, mas admite que prefere produzir conteúdo amador, justamente por se sentir mais atraído por esse tipo.

*E aí a minha primeira produção profissional, a produtora veio entrar em contato comigo justamente porque eles tavam interessados no pet play, porque eles queriam pet play no catálogo da produtora. Mas é isso. Meu conteúdo é basicamente... eu foco nos fetiches, essa parte de pig play, pego pet play também e bareback<sup>39</sup>. São os três principais eixos de nicho que eu exploro. (Pinky, trecho da entrevista)*

*São experiências bem diferentes, eu gosto mais do amador, até porque quando eu vou atrás de pornografia, eu só vejo pornografia amadora, mas é muito legal trabalhar com produtora primeiro porque tem cachê, segundo porque você faz contatos incríveis, conhece pessoas legais e terceiro porque a experiência é foda, sabe? Você saber como funciona um pornô profissional pelos bastidores é foda. Então, por todos esses motivos eu faço, continuo fazendo e espero voltar a fazer trabalhos nas produtoras profissionais, produtoras grandes, mas eu prefiro mesmo o amador. (Pinky, trecho da entrevista)*

O trabalho como ator pornô e a inclusão do *pet play* em seus conteúdos levaram Pinky a uma outra vertente do mercado sexual adulto, só que dessa vez fora das telas do computador. Ele conta que recentemente começou a frequentar a cena de música eletrônica da

---

39 Prática sexual na qual os envolvidos realizam o sexo sem o uso de preservativos.

cidade de São Paulo, mais especificamente as festas que tocam techno na cidade. Nestas ocasiões, se encantou com as performances apresentadas por alguns artistas e percebeu ali mais um nicho a ser explorado, possivelmente com o *pet play*.

A primeira festa na qual performou foi a Kevin, vestido como *puppy* e fazendo sexo ao vivo para o público. Em seguida realizou performances também na Blum e na e no Festival do Vigilante, outros eventos de música eletrônica de São Paulo. Pinky conta que o sexo ao vivo nem sempre faz parte do roteiro, mas o *pet play* está incluso, mesmo que ele fique apenas interagindo com as pessoas.

Eu fiz cinco performances até hoje, não é muito, mas é o começo de criar meu portfólio, mas... eu tô entrando nesse ramo aí. Esse fim de semana vai ter mais uma e as performances que eu faço variam bastante, elas vão desde o sexo explícito no palco até só *pet play* mesmo, ficar engatinhando, dançando de quatro, andando no meio do público pedindo carinho, dançar com uma linguagem corporal canina, esse tipo de babado. Mas sempre em torno do *pet play*. (Pinky, trecho da entrevista)

É possível perceber pelas falas destacadas que, assim como com os outros entrevistados, elementos da vida profissional e íntima de Pinky se interpõem e se misturam. Um exemplo é o seu gosto por pornografia amadora resultando no tipo de conteúdo que ele produz e outro é a descoberta do tesão em *pet play* sendo incorporado no seu trabalho tanto na internet, quanto em suas performances.

Pinky inclusive conta que antes de trabalhar com internet e redes sociais, sempre foi muito ativo nesses tipos de plataformas. Além disso, se define como "biscoiteiro" e "exibicionista", características que já eram visíveis para quem o seguia pela internet antes mesmo dele começar a produzir pornografia. Para ele, o trabalho com isso pareceu seguir um rumo bastante natural, comentado até por pessoas próximas.

Seus pais sabem sobre sua profissão e lidam bem com a carreira do filho. Pinky conta que a mãe não prefere saber muitos detalhes, mas o pai é mais envolvido, chegando até a dar conselhos. Na semana em que a entrevista ocorreu, ele havia mostrado ao pai uma prévia do vídeo que sairia no site da Sexy Hot, dizendo "pai, olha seu filho tá na SexyHot!".

Então, como eu sempre fui safado, sempre fui puta, sempre fui fetichista, sempre fui exibicionista, nunca tive papas na língua, sempre falei sobre sexo na maior naturalidade do mundo. Quando eu comecei a fazer pornô e comecei a contar pras pessoas, ninguém ficou surpreso, nem meus pais. Não surpreendeu ninguém. Todo mundo já me via de uma forma ou de outra indo parar nesse caminho, sabe. (Pinky, trecho da entrevista)

O maior problema, segundo ele, vem de alguns internautas nas redes sociais. Quando perguntado sobre a sua relação com clientes, Pinky conta que não recebe tantos pedidos ou opiniões sobre o conteúdo das pessoas que o seguem, mas lida com muito assédio de seguidores que pedem ou enviam imagens explícitas sem nenhum consentimento. É esse tipo de interação que, ao seu ver, causa mais problemas na sua relação com o trabalho.

Quando você se expõe da forma como eu me exponho nas redes sociais, tem muita gente que cria uma imagem de você como se fosse uma máquina de fazer sexo. E não é assim. Eu sou um ser humano, eu tenho que cuidar da minha casa, eu tenho que fazer almoço, tenho que cuidar das minhas gatas, tenho que cuidar do meu mestrado, eu fico doente! Eu fico indisposto! Minha libido oscila como a de qualquer ser humano, tem semana que eu quero transar... essa semana eu tô trepando todo dia, desde sexta-feira eu não paro de trepar, só que semana passa e a semana retrasada eu não fiquei com ninguém, só com o meu namorado, transando só com o meu namorado. Então assim, varia muito porque a gente é humano, a gente é gente, a gente tem variações no humor como qualquer ser humano e tem gente que acha que eu tô o dia inteiro querendo receber rola no meu inbox! Tipo, às vezes eu tô lavando louça e vem uma pessoa de pau duro no Instagram falando "ah, olha aqui o meu pirocão" e eu tô tipo "gata eu tô lavando louça". Dá um tempinho e depois eu vejo, sabe? Mas essa comunicação com seguidores, né? Twitter e Instagram. Não é a relação com assinantes. Essa não é a pessoa que paga pra ver meu conteúdo. As pessoas que pagam pra ver meu conteúdo, a abordagem costuma ser bem diferente. Essas são as pessoas que dão feedback e fazem pedidos, mas essas são muitas poucas em comparação a... a quantidade de pessoas que eu tenho no Twitter, por exemplo. Se 10% do Twitter assinasse o meu Only Fans, eu tava rica, mas não é assim que funciona, infelizmente. (Pinky, trecho da entrevista)

No trecho acima, Pinky cita mais uma vez o seu namorado, uma pessoa que também faz trabalhos como ator pornô e produtor de conteúdo adulto. Ambos se conheceram gravando um vídeo para a produtora Ediyporn e desde então estão num relacionamento com idas e vindas. Pinky conta que ambos se separaram em fevereiro deste ano após um tempo morando juntos. Quando se recorda desse período, Pinky o chama de "ex-marido" e relata que em dado momento a relação ficou inviável pois "ficou tudo muito junto porque a gente morava junto, trabalhava junto, dormia junto, ia pra academia junto, acordava junto. Era tudo muito junto, chegou uma hora que eu surtei, ele surtou, a gente surtou e deu no que deu, a gente se separou".

Três meses depois, em maio, eles reataram o namoro, mas segundo Pinky, tentam continuar juntos de uma maneira que a presença na vida do outro não se torne tão intensa ou cansativa. Inclusive, na semana dessa entrevista, Pinky estava terminando a mudança para um novo apartamento onde agora mora sozinho. O lado profissional do relacionamento de ambos também está sendo repensado e até o momento dessa conversa, eles ainda não tinham voltado a gravar e divulgar vídeos juntos.

A gente tem uma vantagem com isso também que a gente tem uma química muito, muito forte. Eu tenho uma química com ele que eu nunca tive com ninguém na minha vida. E essa química transparece na câmera. A gente se beija quando a gente transa, quando a gente faz o negócio dá pra ver que tem química, entendeu? Ele é um pouco mais retraído que eu pra fazer parcerias com terceiras pessoas. Eu já sou "ah, meu, quanto mais melhor, pode vir, 3, 4, 5, 6, pode mandar". Ele prefere a intimidade. Mas fora isso é muito tranquilo, é muito gostoso também você ter a liberdade de usar uma coisa que você gosta, de tipo... o nosso sexo ele já é gostoso, ele já rola com naturalidade, eu não preciso ficar me forçando a nada, porque tem várias parcerias que a gente faz que a gente tem que dar uma forçada, porque às vezes a química não bate tão gostoso, tem que fingir que tá batendo pro vídeo ficar bom. Quando você namora uma pessoa e faz conteúdo com ela, não tem isso, porque a química já tá ali, é só explorar. (Pinky, trecho da entrevista)

Para além dos outros efeitos colaterais que surgem com essa profissão, como o assédio de seguidores e os efeitos do trabalho no relacionamento com o namorado, surge também uma demanda por um corpo ideal que o ofício exige indiretamente. Pinky conta que a pressão por cuidar da própria aparência é mais interna do que externa, ou seja, ele sente uma cobrança maior de si mesmo do que de outras pessoas. Ele relata que esse desejo por um corpo "padrão" só veio após virar produtor de conteúdo adulto e que agora investe em treinos de musculação e dietas.

Afirma também que não sente efeitos negativos em sua saúde mental em relação a isso e encara o processo como uma demanda do trabalho. Além disso, o engajamento e os comentários que passou a receber após começar a cuidar mais do corpo se elevaram bastante e o incentivaram a continuar nisso. Ele admite que nunca passou por algo parecido por ter sido um adolescente "fora dos padrões estéticos", algo que resultou em um quadro depressivo logo no início da vida adulta. Agora, a sua relação com autoestima, com o corpo e com a própria sexualidade mudaram. Mas, ele é honesto, trabalha o corpo com a intenção de vender mais.

Eu tenho uma questão no pornô que é o tamanho do meu pau, eu não sou pauzudo e os gays são muito falocêntricos. Então assim, eu tenho lá no fundo da minha cabecinha uma sensação de que eu preciso compensar de outras formas o fato de que eu não tenho o pau imenso. Uma delas é tendo um corpo padrão. Corpo padrão que a galera compra, entendeu? (Pinky, trecho da entrevista)

Outro aspecto que mudou foi a sua relação com a pornografia em si. Pinky declara que se tornou mais exigente e hoje encara os conteúdos que consome de uma maneira quase profissional. Repara na iluminação, enquadramentos de câmera, história, performance dos atores e até detalhes que para ele contam muito, como o uso de camisinhas durante o sexo. Seu olhar para a pornografia atualmente é muito mais influenciado pelo seu lado produtor e

ator do que pelo seu lado consumidor. O contato excessivo também exerce um grande papel nessa mudança.

Eu fiquei muito mais exigente porque o meu contato com a pornografia aumentou exponencialmente, eu vejo pornografia o dia inteiro, o dia inteiro. Mas se eu falar que toda pornografia que eu vejo me dá tesão, deve ser tipo 1% da pornografia que eu vejo que me dá tesão hoje em dia. É bem difícil, eu tô bem mais exigente. Hoje em dia eu vejo pornografia como se fosse capítulo de livro, como se fosse trabalho mesmo, quase uma planilha do Excel pra mim, sabe. Me dá o mesmo tesão que olhar uma planilha do Excel. Ou seja, nenhuma. (Pinky, trecho da entrevista)

Apesar disso, Pinky se vê trabalhando com isso por muito tempo e revela o desejo de ser pesquisador e ator pornô no futuro. Ele se visualiza apresentando trabalhos sobre sexualidade em congressos internacionais enquanto se apresenta como um profissional da indústria pornográfica. Também deseja permanecer trabalhando com produtoras profissionais enquanto produz conteúdo amador. Cita, inclusive, Teddy Torres, um ator pornô que começou trabalhando em produtoras e agora também é modelo do Only Fans.

Ele também explica qual é o seu planejamento para o prazo de um ano. Conta que entrou em contato com produtores que disponibilizam conteúdo apenas no XVideos e se sentiu inspirado a seguir esse caminho, deixando o Only Fans e outras plataformas de lado. Atualmente, ele possui 130 vídeos no XVideos e pretende dobrar esse número dentro de um ano. Se conseguir, ficará apenas nesse site continuando os estudos no mestrado.

Mas, o desejo mesmo é de seguir nessa carreira por ainda muito tempo, explorando nichos novos e se atualizando com o mercado.

Por que muita gente que quer me aconselhar a respeito da minha carreira no pornô me fala, meu pai mesmo, "filho, essa é uma carreira curta, uma carreira que tem prazo de validade, seu corpo não vai ser o mesmo pra sempre". Eu falo "pai, é só mudar de nicho". Eu viro *daddy*, tá ótimo. (Pinky, trecho da entrevista)

Quando perguntado sobre os termos usados para descrever o que faz, Pinky confessa nunca ter tido uma conversa do tipo com outros produtores. Para ele não há um consenso e as pessoas acabam fazendo o que querem com o nome que mais gostam. Atualmente usa "ator pornô" para se referir a si mesmo, mas só passou a fazer após os trabalhos realizados com as produtoras profissionais.

Eu passei a usar o termo "ator pornô" depois que eu fiz os tramos profissionais pras produtoras, aí comecei a usar "ator pornô". "Modelo" é o termo que o Only Fans usa, o Only Fans chama a gente de modelo. Eu acabo usando esse termo também porque é como o Only Fans chama a gente. *Porn influencer* eu acho extremamente pretensioso. (Pinky, trecho da entrevista)



Em determinado momento da entrevista, logo após contar os seus planos para o futuro que envolvem firmar-se mais no mercado da pornografia e concluir o seu curso de mestrado, Pinky diz “daqui a um ano a gente conversa”, como quem sabe que os nossos trabalhos não param por aqui. Ele entende que o mercado onde trabalha agora está em constante expansão e não dá sinais de querer ficar para trás. Para ele, é um negócio que não está em estado de saturação. Parece entender também que, devido a isso, esta pesquisa não acaba por aqui e deve acompanhar os próximos estágios desse fenômeno.

## LOGOUT (por enquanto)

Antes de nos encaminharmos para o fim deste texto, faz-se necessário trazer algumas atualizações que ocorreram no Twitter nos últimos meses. A primeira, e talvez mais importante, seja a compra mal sucedida que ocorreu entre Elon Musk, bilionário e CEO da Tesla e da SpaceX, e a plataforma de mídias sociais. Em 4 de abril de 2022, o magnata anunciou a intenção de adquirir o site pelo preço de 44 bilhões de dólares. Até o momento, ele já possuía 9,2% das ações do Twitter, fazendo dele o maior acionista do site. O processo da aquisição transcorria consideravelmente tranquilo até 10 de maio, quando Musk declara que caso bem sucedida, iria reverter até o banimento do ex-presidente Donald Trump, sinalizando o quão permissiva a plataforma se tornaria no que tange a “liberdade de discurso”.

Nos dias seguintes, o Twitter anuncia um congelamento temporário da compra e Musk questiona um relatório do site divulgado no começo do mês no qual informava que 5% dos usuários do site eram de contas falsas. O restante dos acionistas interpreta a ação do magnata como uma maneira de tentar manipular o mercado e fazer o preço das ações baixarem e, assim, lançam um processo judicial contra ele. Importante apontar que Elon Musk é um ávido usuário do Twitter, chegando a fazer declarações polêmicas na plataforma, como por exemplo a de que todos possuem o direito de publicar o que quiserem no site. Durante julho, Musk ameaça cancelar a compra pois a plataforma falhou em fornecer dados atualizados sobre spam e contas falsas e recebe mais um processo da plataforma que o obriga a completar a transação. O julgamento dessa ação está marcado para iniciar em 17 de outubro.

A segunda atualização, e realizada na própria plataforma, foi a criação do *Twitter Circle* ou Roda do Twitter. Esta função — lançada oficialmente em 4 de maio de 2022, mas ainda não disponível para todos os usuários — permite que os internautas publiquem tuítes visíveis para apenas um seleto número de seguidores. A "roda" ou circle do usuário pode conter até 150 outros usuários e apenas eles podem ver o que você tuitou, além de poderem também responder e interagir com o tuíte.

A terceira atualização, ainda em teste e em vias de ser efetivamente instalada na plataforma, é o Twitter Notes, ainda sem tradução oficial. Com ela, os usuários poderão escrever textos longos, ultrapassando o limite atual de 280 caracteres. Será possível também incluir mídias como imagens, vídeos e GIFs. Pelo que foi demonstrado até agora pela plataforma, estes conteúdos serão publicados nos perfis dos internautas com um link que dará

acesso a leitura completa do texto em outro domínio.

Aqui cabe reiterar que por ser uma plataforma que atende demandas econômicas, além de sociais, o Twitter dá sinais de que se manterá em constante evolução procurando atender às necessidades dos seus usuários, mas também do mercado que o rege nos bastidores. O fato de que Elon Musk, um dos homens mais ricos do mundo, demonstra interesse em adquirir este site demonstra a força e importância que o Twitter possui no cenário econômico global. São milhares de dados de pessoas do mundo inteiro prontos para serem coletados, analisados e leiloados para uma outra infinidade de anunciantes e empresários interessados em vender seus produtos para esses internautas.

Vale trazer um alerta também: caso a compra seja realizada, serão milhares de dados sobre pessoas ao redor do globo nas mãos de um homem com fortuna maior que o PIB de nações como a Colômbia, Portugal e Paquistão, dentre outros. E como visto no segundo capítulo desta dissertação, dados são os maiores recursos que as grandes empresas e indústrias podem ter atualmente. São a matéria-prima de onde não apenas produtos, mas costumes, gostos e subjetividades serão produzidos.

Como bem pontuado por Graham Murdock e Peter Golding, nós devemos nos perguntar como o impacto da convergência liderada pelo mercado está mudando a economia política dos sistemas de comunicação e como essas mudanças afetam os padrões de controle corporativo e de uso popular de aparelhos e softwares, em vez de o que os avanços tecnológicos podem fazer por nós. A dinâmica central da convergência entre plataformas digitais e mercado é econômica, e não tecnológica (MURDOCK, GOLDING, 2002).

O surgimento do Twitter Circle também dá indícios da pressão que o mercado exerce sobre esta plataforma, fazendo a ferramenta lembrar os *Closed Friends* ou Amigos Próximos do Instagram, função onde é possível publicar stories para um seleto número de seguidores. Penso que esse instrumento dá possibilidades do Twitter concorrer em mais pé de igualdade com a outra rede social, mas fica evidente também que ela poderá ser usada para outros fins, como por exemplo ser monetizada pelos usuários. No Instagram, alguns produtores de conteúdo adulto publicam fotos e vídeos explícitos em seus Amigos Próximos e posteriormente cobram os seguidores que quiserem ter acesso a esse conteúdo exclusivo. Não fica difícil de imaginar que logo isso também será feito com a Roda do Twitter, se já não estiver sendo feito.

Neste contexto, os limites entre quem é usuário e quem é "mercado" ficam cada vez

mais borrados, visto que esta atualização pode muito bem estar relacionada a uma demanda dos próprios internautas, pessoas comuns que fazem do próprio conteúdo uma fonte de renda financeira. Talvez seja cedo para dizer que o processo de uberização no Twitter já esteja consolidado como em outras plataformas, mas fica cada vez mais evidente que esse fenômeno está em vias de acontecer. Os produtores de conteúdo adulto que se divulgam na rede social não possuem nenhum aparato profissional que lhes dê garantias de trabalho, que lhes ofereça estatutos ou normas regulatórias para o ofício que exercem.

A insistência em chamar o trabalho que fazem de "conteúdo amador" talvez seja um sinal disso e caracteriza uma ocupação que se faz mais livremente do que seria exercida em outros espaços, como em uma produtora profissional de filmes pornô. Entretanto, vejo este fenômeno como sendo tão profissional quanto qualquer outro. Apesar da falta de consenso em um termo apropriado para o trabalho, os produtores de conteúdo adulto possuem diversas regras implícitas que são diariamente postas em prática, desde o processo de produção dos vídeos e fotos até a divulgação.

A performance viril, a centralidade dada ao pênis, a troca de RTs, as negociações para parcerias em vídeos, o contato com fãs e clientes, as estratégias de divulgação que incluem prêmios e sorteios, todas são práticas que constituem um ofício emergente na plataforma. Penso que estes produtores são efetivamente profissionais do mercado sexual digital e o termo "amador" faz muito mais referência a estética que procuram trazer para os seus conteúdos do que para o trabalho em si.

Assim, faz sentido também mencionar que estes trabalhadores são verdadeiros modelos de comportamento e conduta sexual. O Only Fans já os chama assim, mas aqui quero argumentar que estes internautas, e em especial os homens que observei, incorporam em seu cotidiano um arsenal de práticas sexuais e de técnicas de cuidado com o corpo que são constantemente informadas por meio de imagens nas plataformas. Essas imagens são consumidas para fins de gozo de outros internautas, mas também se imbricam em suas vidas em níveis sociológico e psicológico. Elas comunicam modos de performar o sexo, de sentir atração e desejo por determinados tipos de corpos e de performar a própria masculinidade. Através de roteiros sexuais e de propagandas de gênero, os produtores de conteúdo adulto realizam atualmente um trabalho parecido com os atores pornô da era analógica.

A diferença é que agora estes trabalhadores são responsáveis por si mesmos, trabalhando sob a falsa premissa de que também são empreendedores de si, apesar de

possuírem poucos recursos em relação aos verdadeiros donos das plataformas onde atuam. Esse processo é característico da uberização do trabalho digital, mas também é parte de um fenômeno muito maior que é o capitalismo farmacopornográfico, regime capitalista no qual as pessoas comercializam o próprio potencial de oferecer prazer e incitar desejo. Se os dados são a principal matéria-prima das plataformas digitais, o gozo é o principal recurso da era farmacopornográfica. Os estoques de onde ambos tiram seus subsídios são os sujeitos, que transformam seus corpos, gemidos, genitálias, vozes e expressões faciais em milhares de bits a serem coletados e interpretados pelas empresas responsáveis por análises de dados.

Vivemos em um momento onde o sexo está sendo mais comercializado do que nunca, movimento que ganha força com discursos de empoderamento de si e do corpo. Fica evidente que mesmo com ares progressistas, essas dinâmicas acabam sendo cooptadas pelo capitalismo e vendidas para internautas que desejam ganhar dinheiro "fácil" e outros que desejam obter prazer de maneira rápida, eficiente e inesgotável.

A pornotopia das plataformas digitais cria um ecossistema de relações complexas e difíceis de serem destrinchadas. Com o Twitter, temos milhares de usuários que buscam na rede social amizades, afetos, informações, prazer, sexo e dinheiro. É um tecido social e econômico intrincado no qual produtores e consumidores tornam-se quase a mesma coisa, mesmo com pouca consciência disso. As consequências desse fenômeno já são visíveis, com pessoas aderindo cada vez mais ao trabalho de produção de conteúdo adulto a outras completamente saturadas do universo pornográfico digital.

Falando agora de uma perspectiva pessoal, eu mesmo enfrentei essa saturação durante a pesquisa. Passei do fascínio ao cansaço até chegar a apatia defronte os conteúdos pornográficos que tive acesso. Com pouco mais de um ano de pesquisa, passei por uma fase de não suportar mais ver as imagens que pesquisava, chegando a sentir inseguranças com o meu próprio corpo. Posteriormente, cheguei a um estado de indiferença no qual as fotos e vídeos me causavam pouca ou nenhuma sensação. Nem tesão, nem impaciência.

Penso que, como em qualquer outra rede social, o Twitter pode gerar esse sentimento de estafa em seus usuários, independente do conteúdo que seja acessado. Pode ser excesso de notícias sobre política, sobre pessoas famosas, sobre doenças no mundo, os dados irão continuamente trabalhar para nos oferecer o maior número de informações no menor tempo possível. Com os perfis +18 temos agora um excedente de corpos nus pela plataforma reforçando sexualidades aparentemente livres, mas entrecruzadas por demandas que partem

do mercado e são cooptadas por ele para a geração de mais capital.

Nomeei esta seção de "LOGOUT (por enquanto)" por falta de um termo que descreva melhor o que quero dizer. Penso que atualmente, em um mundo cada vez mais conectado, nunca ficamos verdadeiramente offline. Nossos smartphones estão constantemente ligados, não temos mais o costume de sair de nossas contas em redes sociais quando paramos de acessá-las e a internet está a todo momento rastreando nossas atividades, enviando notificações e sugerindo coisas novas que podemos fazer nela.

Por agora, me "desconecto" dessa pesquisa sem realmente me afastar dela. Continuarei usando o Twitter e acompanhando os perfis que segui ao longo desses anos. Nesse intervalo acredito que a plataforma, os produtores e o mercado sexual gay que se desenrola no digital conseguirão me dizer, mesmo que através dos algoritmos, quais serão os próximos passos que darei em relação a esses estudos. Como disse no começo desse texto, sou uma bicha tuiteita e agora também estudo no Twitter.

## REFERÊNCIAS

- ABILIO, Ludmila Costek. Uberização: Do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. **Psicoperspectivas**, 18(3), 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivasvol18-issue3-fulltext-1674>.
- ANDRADE NETO, Francisco Modesto. **Enquanto a interface vira corpo**: considerações sobre a construção do corpo gay na contemporaneidade digital. 2019. 121 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2019.
- ARBULU, Rafael. Twitter vai incentivar retuítes com comentários no Brasil. **Olhar Digital**, São Paulo, 9 out. 2020. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2020/10/09/noticias/twitter-vai-incentivar-retuites-com-comentarios-no-brasil/>. Acesso em: 9 ago. 2021.
- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1993.
- BOURDIEU, Pierre. **Sociologia Geral, vol. 1** : lutas de classificação : curso no Collège de France (1981-1982). Petrópolis: Vozes, 2020.
- BRAZ, Camilo Albuquerque de. **À meia luz**: Uma etnografia imprópria em clubes de sexo masculino. 2010. 274 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Sociais, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2010. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/280661>.
- CARRERA, Fernanda. Ciberpublicidade, gênero e Goffman: hiper-ritualizações no contexto digital. **Contracampo**, Niterói, v. 38, n.3, p. 22-40, dez. 2019/mar. 2020.
- COOBAN, Anna. OnlyFans has boomed during lockdown: users spent \$2.4 billion on the adult-entertainment site in 2020, and 120 million people now use it. **Business Insider**, Nova Iorque, 27 abr. 2021. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/onlyfans-lockdown-boom-transactions-hit-24b-revenue-up-553-2021-4>. Acesso em: 16 set. 2021.
- COSTA, David Nogueira da. **Macho Man**: uma análise da performance ultra-masculina em uma sauna de Fortaleza. 2018. 62f. - TCC ( Monografia)- Universidade Federal do Ceará, Instituto de Cultura e Arte Departamento De Comunicação Social. 2018.
- DIÁRIO DO NORDESTE. **Relembre os meses de isolamento social em 2020 e a retomada das atividades em Fortaleza**. 4 mar. 2021. Disponível em: <https://diarionordeste.verdesmares.com.br/metro/relembre-os-meses-de-isolamento-social-em-2020-e-a-retomada-das-atividades-em-fortaleza-1.3055478>. Acesso em: 14 fev. 2022.
- ESTADÃO. **Como funcionam os algoritmos?** 1 jan. 2018. Caderno Link. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/cultura-digital,como-funcionam-os-algoritmos,70002135806>. Acesso em: 14 fev. 2022.
- FARIA, Camila; LEMOS, Vinícius OnlyFans: de imagens sensuais a sexo explícito, brasileiros contam como ganham dinheiro se exibindo. **BBC News Brasil**, São Paulo, 6 jul.

2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-57673831>. Acesso em: 6 jul. 2021.

FEDERICO CASALEGNO, S. T. Fronteiras do real e do virtual. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 6, n. 11, p. 117-123, 10 abr. 2008.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: A vontade de saber**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1999.

GADOT, Ophir. Infographic: Twitter Stats and Facts 2018. **Adscore**, Tel Aviv, 26 mar. 2018. Disponível em: <https://adscore.com/social-media/twitter-stats-and-facts-infographic/>. Acesso em: 27 ago. 2021.

GAGNON, John H. **Uma interpretação do desejo: ensaios sobre o estudo da sexualidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2006.

GEERTZ, Clifford. Estar lá: a antropologia e o cenário da escrita. In: **Obras e Vidas: o antropólogo como autor**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GOFFMAN, Erving. **Gender advertisements**. New York: Harper Torchbooks, 1987.

GREINER, Christine. **O Corpo: pistas para estudos interdisciplinares**. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2006.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Petrópolis: Vozes, 2017.

JOVCHELOVITCH, Sandra; BAUER, Martin. Entrevista Narrativa. In: BAUER, Martin; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes; 2002.

JUSTO, Gabriel. Tesão nas redes. **Elástica**, São Paulo, 25 set. 2020 Disponível em: <https://elastica.abril.com.br/especiais/twitter-porno-gay-jovens-sexualidade>. Acesso em: 19 nov. 2020.

KÖTTIG, M.; VÖLTER, B. “Isso, sim, é ser sociólogo!”: Uma entrevista narrativa com Fritz Schütze sobre a história de sua obra na sociologia. **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, Porto Alegre, v. 14, n. 2, p. 204-226, 24 jun. 2014.

LAURETIS, Teresa. A Tecnologia do Gênero. HOLLANDA, Heloisa Buarque (org.). **Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.



LONGUINHO, Daniella. Há um ano, Brasil anunciava primeiro caso de covid-19. **Agência Brasil**, Brasília, 26 fev. 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/saude/audio/2021-02/ha-um-ano-brasil-anunciava-primeiro-caso-de-covid-19-0>. Acesso em: 14 fev. 2022.

MCGLAUN, Shane. Metrics suggests 44% of Twitter users never tweet. **Slashgear**, Nova Iorque, 14 abr. 2014. Disponível em: <https://www.slashgear.com/metrics-suggest-44-of-twitter-uses-never-tweet-14325098>. Acesso em: 27 ago. 2021.

MISKOLCI, R. Machos e brothers: uma etnografia sobre o armário em relações homoeróticas masculinas criadas online. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21, n. 1, p. 301-324, 2013.

MISKOLCI, R. Negociando visibilidades: segredo e desejo em relações homoeróticas masculinas criadas por mídias digitais. **Bagoas - Estudos gays: gêneros e sexualidades**, Natal, v. 8, n. 11, 11. 2014.

MISKOLCI, R. Novas conexões: notas teórico-metodológicas para pesquisas sobre o uso de mídias digitais. **Revista Cronos**, Natal, v. 12, n. 2, 4 jun. 2013.

MISKOLCI, R. O armário ampliado: notas sobre sociabilidade homoerótica na era da internet. **Gênero**, Niterói, v. 9, n. 2, p. 171-190, 2009.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu, 2018.

NOYES, Dan. Top Twitter Statistics. **Zephoria**, Sarasota, 9 fev. 2021. Disponível em: <https://zephoria.com/twitter-statistics-top-ten>. Acesso em: 27 ago. 2021.

O GLOBO. **Coronavírus**: consumo de pornografia aumenta durante a quarentena. E é urgente falar sobre isso. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/celina/coronavirus-consumo-de-pornografia-aumenta-durante-quarentena-e-urgente-falar-sobre-isso-24426570>. Acesso em: 14 fev. 2022.

OSMAN, Maddy. **Estatísticas e Fatos do Twitter Sobre a Nossa Rede Favorita**. Kinsta, 3 jan. 2021. Disponível em: <https://kinsta.com/pt/blog/estatisticas-e-fatos-do-twitter>. Acesso em: 27 ago. 2021.

PAIVA, Antonio Cristian Saraiva. Pulsão invocante e constituição de sociabilidades clementes: notas sobre karaokê numa sauna em Fortaleza. In: **ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS**, 33., 2009, Caxambu. Anais. São Paulo: ANPOCS, 2009.

PAIVA, Cristian; TEIXEIRA, Erivaldo. Dois Perdidos numa Noite Suja. Inscursões etnográficas sobre práticas de homosociabilidade na metrópole cearense. In: **Anais do Seminário de Estudos Culturais, Identidades e Relações Interétnicas**. Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, 2009.

PELÚCIO, Larissa. **Amor em tempos de aplicativos**: masculinidades heterossexuais e a negociações de afetos na nova economia do desejo. 2017. Tese (livre-docência) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/154656>.

PELÚCIO, Larissa et al (org.). **Olhares plurais para o cotidiano**: gênero, sexualidade e mídia. Marília: Cultura Acadêmica, 2012. Disponível em: <https://www.marilia.unesp.br/Home/Publicacoes/ebook-olhares-plurais.pdf>.

PERLONGHER, Néstor. **O negócio do michê**: prostituição viril em São Paulo. São Paulo: Braziliense. 1987.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. Trad: Rafael Grohmann). **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, São Leopoldo, 22(1):2-10 janeiro/abril 2020. Unisinos – DOI: 10.4013/fem.2020.221.01.

PRECIADO, Paul. **Pornotopia**: PLAYBOY e a invenção da sexualidade multimídia. São Paulo: n-1 edições, 2020.

PRECIADO, Paul. **Testo Junkie**: sexo, drogas e biopolítica na era farmacopornográfica. São Paulo: n-1 edições, 2018.

PRIMACK, Dan. OnlyFans has tons of users, but can't find investors. **AXIOS**, Arlington, 19 ago. 2021. Disponível em: <https://www.axios.com/onlyfans-investors-struggle-9cc92523-6607-40ad-9893-4175e7966b52.html>. Acesso em: 16 set. 2021.

RAMOS, Raphaela. Pandemia provoca revolução sexual com maior uso de aplicativos e consumo de pornografia. **O Globo**, Rio de Janeiro, 15 mai. 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/pandemia-provoca-revolucao-sexual-com-maior-uso-de-aplicativos-consumo-de-pornografia-25058896>. Acesso em: 14 fev. 2022.

RODRIGUEZ, Matthew. 150 Million People Have Abandoned Tumblr Since Its Porn Ban. **OUT**, Lincoln, 14 mar. 2019. Disponível em: <https://www.out.com/news/2019/3/14/150-million-people-have-abandoned-tumblr-its-porn-ban>. Acesso em: 27 de maio de 2021.

RODRIGUEZ, Salvador. 'Tweet' is now an official word in the Oxford English Dictionary. **Los Angeles Times**, Los Angeles, 17 jun. 2013. Disponível em: <https://www.latimes.com/business/technology/la-fi-tn-tweet-oxford-dictionary-20130617-story.html>. Acesso em: 6 ago. 2021.

SANTOS, Maria Lourdes dos. **Da batalha na calçada ao circuito do prazer**: um estudo sobre prostituição masculina no centro de Fortaleza. 2013. 192f. – Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-graduação em Sociologia, Fortaleza (CE), 2013.

SARNO, David. Twitter creator Jack Dorsey illuminates the site's founding document. Part I. **Los Angeles Times**, Los Angeles, 18 fev. 2009. Disponível em:

<https://latimesblogs.latimes.com/technology/2009/02/twitter-creator.html>. Acesso em: 9 de agosto de 2021.

SILVA, C. P. Sexualidades.com: uma análise das relações interpessoais em comunidades virtuais, 10/2007, **31º Encontro Anual de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais - ANPOCS**, Vol. 1, pp.1-3, Caxambu, MG, Brasil, 2007.

SILVA, C. P. **Sexualidades no ponto.com**: espaços e homossexualidades a partir de uma comunidade online. 198 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008.

SIMON, William; GAGNON, John H.. Sexual scripts: permanence and change. **Archives Of Sexual Behavior**, Berlin, v. 15, n. 2, p. 97-120, abr. 1986. Springer Science and Business Media LLC.

SCHUTZ, Alfred. Sobre múltiplas realidades. Tradução de Mauro Guilherme Pinheiro Koury. **RBSE Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, João Pessoa, v. 18, n. 52, p. 13-47, abril de 2019.

SRNICEK, Nick. **Platform Capitalism**. Cambridge: Polity Press, 2017.

TEMPLE, Giovana Carmo. **Acontecimento, poder e resistência em Michel Foucault**. Cruz das Almas: Editora UFRB, 2013.

HAWKINS, Andrew; PIERCE, David. Elon Musk vs. Twitter: all the news about one of the biggest, messiest tech deals ever. **The Verge**, Nova Iorque, 3 out. 2022. Disponível em: <https://www.theverge.com/23026874/elon-musk-twitter-buyout-news-updates>. Acesso em: 3 out. 2022.

TURKLE, Sherry. **Alone Together**. New York: Basic Books, 2011.

TWITTER. Central de Ajuda. **Política de mídia sensível**. <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/media-policy>. Acesso em: 9 de agosto de 2021.

URIARTE, Urpi Montoya. O que é fazer etnografia para os antropólogos. **Ponto Urbe**, São Paulo, n. 11, p. 1-13, 1 dez. 2012.

VALE, Alexandre Fleming Câmara. **Cenas de um Público Implícito**: territorialidade marginal, pornografia e prostituição travesti no Cine Jangada. 1997. 147f. – Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-graduação em Sociologia, Fortaleza (CE), 1997.

VASCONCELOS, Mário Fellipe Fernandes Vieira. **Cartografando em zonas de encruzilhada**: por uma etnografia sinestésica do cinemão. 2017. 177f. – Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-graduação em Sociologia, Fortaleza (CE), 2017.

WITTIG, Monique. **O pensamento hétero**. 1980. Disponível em:  
[https://we.riseup.net/assets/134062/Wittig,+Monique+O+pensamento+Hetero\\_pdf.pdf](https://we.riseup.net/assets/134062/Wittig,+Monique+O+pensamento+Hetero_pdf.pdf).

## GLOSSÁRIO

- **Bear:** termo usado para descrever homens gays de aparência grande e pesada, geralmente com a presença de pelos. A expressão é utilizada atualmente como uma identidade dentro da cultura gay, com códigos e estilos de vida próprios para os que se identificam dessa forma.
- **Bio:** espaço no perfil dos usuários onde é possível escrever uma pequena descrição sobre si.
- **Daddy:** homens mais velhos que têm ou desejam ter relações sexuais com homens mais jovens. Estes homens podem ainda ter características físicas que informem uma idade mais avançada ou madura, como a presença de cabelos grisalhos ou pelos brancos espalhados pelo corpo.
- **Emoji:** símbolos que representam palavras, expressões, sentimentos, ideias ou frases inteiras. Podem ser usados para tornar uma informação mais sucinta, lúdica ou bem-humorada.
- **Nude:** imagem explícita do corpo que uma pessoa pode compartilhar privadamente com outra ou com várias ao mesmo tempo, por meio de mensagens ou por publicações em redes sociais.
- **Pegação:** termo comumente usado por pessoas LGBTQ+ (principalmente homens gays) para se referir a prática de se encontrar para interagir sexualmente. Assemelha-se ao termo *cruising* norte-americano.
- **Print:** recurso existente em computadores e smartphones que possibilita fazer uma captura do que a tela do aparelho está exibindo.
- **Reply:** um comentário ou resposta para determinado tuíte.
- **Retuíte (RT):** uma publicação (tuíte) no Twitter que é compartilhada por um usuário para que os seus seguidores também a vejam, mantendo os créditos do autor original.
- **Timeline:** página inicial do Twitter onde é possível ver e interagir com as publicações de outros usuários.
- **Tuíte:** nome que se dá a publicação feita no Twitter, que pode conter informações textuais e visuais, assim como links incorporados.
- **Twink:** jargão ou gíria própria da comunidade LGBTQ+ usada para descrever homens que estão entre o fim da adolescência e início da idade adulta, de aparência física juvenil e magra, geralmente sem pelos ou marcas que denunciam a idade da pessoa.

— **Username:** o nome de usuário de cada internauta, acompanha uma arroba (@) e serve como endereço de busca para encontrar perfis na plataforma.