

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**PORNOCULTURA E FEMINISMO: AS *SUICIDEGIRLS*
AO VIVO NO *FACEBOOK***

Marjule Angonese

Porto Alegre, 2018.

CIP - Catalogação na Publicação

Angonese, Marjolie
PORNOCULTURA E FEMINISMO: AS SUICIDEGIRLS NO
FACEBOOK / Marjolie Angonese. -- 2018.
218 f.
Orientador: Alex Fernando Teixeira Primo.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do
Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e
Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e
Informação, Porto Alegre, BR-RS, 2018.

1. Feminismo. 2. Pornocultura. 3. Subjetivação. 4.
Influenciadores digitais. 5. Performance. I.
Teixeira Primo, Alex Fernando, orient. II. Título.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

MARJULIE ANGONESE

**PORNOCULTURA E FEMINISMO: AS *SUICIDEGIRLS*
AO VIVO NO *FACEBOOK***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra.

Orientador: Prof. Dr. Alex Fernando Teixeira Primo

Porto Alegre, 2018.

MARJULIE ANGONESE

**PORNOCULTURA E FEMINISMO: AS *SUICIDEGIRLS*
AO VIVO NO *FACEBOOK***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra.

Data de aprovação: 10/05/2018

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Alex Fernando Teixeira Primo (Presidente/Orientador)

Prof^a. Dr^a. Suely Dadalt Fragoso (UFRGS)

Prof^a. Dr^a. Paola Basso Menna Barreto Gomes Zordan (UFRGS)

Prof^a. Dr^a. Mariana Baltar (UFF)

Prof^a. Dr^a. Nísia Martins do Rosário (UFRGS – suplente)

AGRADECIMENTOS

Esta dissertação comporta muitos agradecimentos.

Às participantes desta pesquisa, que aqui não podem ser nominalmente indicadas, mas que contribuíram de forma ímpar para a realização desta pesquisa e, sem isso, este estudo não poderia ser realizado. Da mesma maneira, à *SuicideGirl* com quem travei os contatos iniciais, ainda da elaboração do projeto de pesquisa, pelas informações prestadas e pelo auxílio na indicação das participantes.

Ao Prof. Dr. Alex Primo, pelos ensinamentos nestes dois anos de convívio, pela generosidade e incentivo nesta jornada. Também, às Professoras Dras. Mariana Baltar, Suely Fragoso e Paola Zordan por todo o conhecimento compartilhado e pela participação nas bancas (de qualificação e defesa).

Ao meu companheiro de vida e pesquisa, Prof. Dr. Francisco Amorim, pelo apoio diário, pelo ânimo nos momentos mais desafiadores, pelas discussões acadêmicas extremamente importantes para o desenvolvimento deste e de outros trabalhos, e pela revisão atenta deste trabalho: minha eterna gratidão e respeito. Te amo.

À minha chefe, Cristina Oliveira, ao meu ex-chefe, Ricardo Grecellé (*in memoriam*), ao meu coordenador, Juarez Sant'Anna Neto. O apoio de vocês durante este período foi fundamental.

Aos colegas de Limc, pelo incentivo e por dividirem comigo as alegrias e agruras do cotidiano acadêmico, especialmente à Maria Clara Sidou, pelo grande auxílio quando da elaboração do projeto.

À minha mãe, Delair Martini, por sempre me ensinar o valor do estudo. Aos meus irmãos Joicei, Vanderlei e Sílvio Angonese, pelo apoio durante toda a vida.

Às feministas que lutaram e lutam para que nós, mulheres, pudéssemos também estudar e ter agência na vida pública. Se hoje somos responsáveis por mais de 50% da produção científica brasileira, devemos isso a vocês.

A todos aqueles que militam pelo conhecimento sem fronteiras.

*Seguiremos em marcha
até que todas sejamos livres.*

(Terceira Ação Internacional da Marcha Mundial das Mulheres, 2010)

RESUMO

Este estudo teve como objetivo compreender as manifestações nos discursos de modelos *SuicideGirls* das ideologias feministas e de poder capitalístico. Esta dissertação teve como esforço teórico entrecruzar conceitos relativos à subjetivação proporcionada pelas pressões ideológicas, tanto feministas quanto de poder capitalístico, aos ligados ao domínio da performance. Nesse sentido, foram realizadas entrevistas semiestruturadas junto a quatro *SuicideGirls* e analisados seus discursos, bem como de vídeos transmitidos ao vivo por elas no *Facebook*. A pesquisa considera que as transmissões por *streaming* analisadas estão inseridas em um contexto pornocultural, já que o site divulga fotos de *soft porn*. Como resultado, a análise de discurso apontou para concepções de autonomia feminina calcadas em objetivos provenientes do capitalismo e para o desejo conflitante das participantes de não terem seus corpos considerados como mercadorias pornificadas. Os discursos apontam para uma chancela econômica conferida pelo status de *SuicideGirl* para aquisição do capital social necessário para serem influenciadoras digitais.

Palavras-chave: *Facebook*; *SuicideGirls*; feminismo; pornocultura; subjetivação; performance; influenciadores digitais.

ABSTRACT

This study aimed to understand the manifestations in the discourses of *SuicideGirls* models of feminist ideologies and capitalist power. This dissertation had as a theoretical effort to interrelate concepts related to the subjectivation provided by ideological pressures, both feminist and capitalist power, to those related to the performance domain. In this sense, semi-structured interviews were conducted with four *SuicideGirls* and analysed their speeches, as well as videos transmitted live by them on *Facebook*. The research considers that the streaming streams analysed are inserted in a pornocultural context, since the site publishes photos of soft porn. As a result, the discourse analysis pointed to conceptions of female autonomy based on goals from capitalism and to the participants' conflicting desire for not having their bodies considered as pornographic goods. The speeches point to an economic seal bestowed by *SuicideGirl* status to acquire the social capital necessary to be digital influencers.

Keywords: *Facebook*; *SuicideGirls*; feminism; pornography; subjectivation; performance; digital influencers.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Aba de fotos do site <i>SuicideGirls</i>	13
Figura 2 - Transmissões de vídeo ao vivo no <i>Facebook</i> da página <i>SuicideGirls</i>	17
Figura 3 - Processos de subjetivação explicados por Deleuze	36
Figura 4 - Cena em que a atriz olha diretamente para o espectador	54
Figura 5 - Cena de <i>Blackheart Burlesque</i>	98
Figura 6 - <i>SuicideGirl</i> fazendo <i>cosplay</i> de mulher gato	98
Figura 7 - <i>SuicideGirl</i> em ensaio como Ahri, de <i>League of Legends</i>	99
Figura 8 - Exemplo de mensagens em blog de uma <i>SuicideGirl</i>	108
Figura 9 - Lactação de São Bernardo	120

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Objeto empírico	12
1.2 Objeto teórico	18
1.3 Justificativa	25
1.4 Problema de pesquisa	26
1.5 Objetivos.....	26
1.5.1 Objetivo geral	26
1.5.2 Objetivos específicos.....	26
1.6 Metodologia.....	27
1.6.1 Técnicas e corpus.....	31
1.6.2 Percorso metodológico da análise das entrevistas semiestruturadas	32
1.6.3 Entrevistas semiestruturadas.....	33
1.7 Estrutura da dissertação	34
2 PRIMEIRA PARTE – A SUBJETIVAÇÃO.....	36
2.1 Controle sexual como ferramenta do capitalismo	40
2.2 Pornografia: antídoto ao controle, produto comercial	48
2.3 Feminismos e pornwars	71
3 SEGUNDA PARTE – A PERFORMANCE.....	90
3.1 A ética da estética	92
3.2 Interação e performance	101
3.3 Pornocultura, pornificação do olhar e de si	112
4 TERCEIRA PARTE – ANÁLISE DE DISCURSO.....	124
4.1 As <i>SuicideGirls</i> participantes	124
4.1.1 Detecção de paráfrases e metáforas na entrevista da participante 1:.....	126
4.1.1.1 Análise do vídeo da participante 1	137
4.1.2 Detecção de paráfrases e metáforas na entrevista da participante 2:.....	139
4.1.2.1 Análise do vídeo da participante 2	146
4.1.3 Detecção de paráfrases e metáforas na entrevista da participante 3.....	148
4.1.3.1 Análise do vídeo da participante 3	152
4.1.4 Detecção de paráfrases e metáforas na entrevista da participante 4.....	153
4.1.4.1 Análise do vídeo da participante 4	158
5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	160
5.1 Ideologia do poder capitalístico.....	160
5.2 Ideologia feminista	166
5.3 Feminismo como objeto de consumo capitalístico.....	174

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	177
REFERÊNCIAS.....	181
ANEXO 1 – ÍNTEGRA DAS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS.....	185
ANEXO 2 – ENTREVISTA COM MISSY SUICIDE.....	214
ANEXO 3 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	215

1 INTRODUÇÃO

Em outubro de 2017, mais de 470 mil pessoas pararam suas atividades cotidianas durante alguns minutos para assistir 13 garotas se preparando para um ensaio de fotos de *Halloween* ao vivo pelo *Facebook*. Elas são modelos da empresa *SuicideGirls* e estão usando lingerie, algumas têm tiaras que simulam orelhas de coelho, auréolas angelicais ou chapéus de pierrô. Dispostas sobre uma cama grande, elas fazem poses para uma fotógrafa. O vídeo dura pouco menos de cinco minutos e consegue reunir, pela internet, o que representaria seis estádios de futebol como o Maracanã¹ lotados.

O vídeo descrito acima é apenas uma entre centenas de transmissões ao vivo já realizadas pelo site *SuicideGirls* no *Facebook*. O site traz fotos e vídeos gravados de mulheres nuas e, como esta dissertação defende teórica e empiricamente, faz parte de um contexto pornocultural cujas dimensões são econômicas, culturais e políticas.

Esta pesquisa buscou, com base na análise de discurso de vídeos e respostas de quatro modelos que aceitaram responder a entrevistas semiestruturadas, compreender a influência das ideologias feministas e de poder capitalístico² que pressionam suas subjetivações e de que forma essas forças se desenvolvem em performances.

Esse contexto é composto, por exemplo, por espectadores do site *Pornhub*, que, em 2017, teve 28,5 bilhões de visitas³. O *Pornhub* é considerado o maior repositório de vídeos pornô online do mundo e teve 800 buscas por segundo. Esses dados, no entanto, revelam apenas o consumo de vídeos gravados, em que a interatividade entre espectador e performer não existe. Para consumir pornô interativo (em que o visitante ou assinante da página pode solicitar àqueles que estão fazendo performances a realização de atos como utilização de brinquedos sexuais, masturbação ou outro tipo de ação), muitas vezes é necessário pagar – e, então, há também uma vasta gama de sites, inclusive o *SuicideGirls*.

A pornografia impulsionou o surgimento de praticamente todas as tecnologias digitais e, portanto, o site *SuicideGirls* inovou para possibilitar que aqueles que, inicialmente, não querem pagar por conteúdos interativos consigam, mesmo assim,

¹ Disponível em http://visit.rio/que_fazer/maracana/

² Este trabalho compreende o termo “capitalístico” como tradução da expressão “sistema mundial capitalista-urbano-industrial-patriarcal”, que se estende a todas as formas de organização social fundadas sobre relações de exploração do capital, privado ou estatal (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 15).

³ Dados disponíveis em <https://www.pornhub.com/insights/2017-year-in-review>

interagir. A partir dessa estratégia, são realizadas transmissões de vídeo ao vivo por *streaming* das modelos do site por redes sociais digitais, respeitando as regras de censura impostas pelas plataformas. O que esta pesquisa investiga são quais ideologias permeiam e moldam as subjetivações de modelos *SuicideGirls* entrevistadas e que fizeram transmissões, considerando a estratégia de marketing da empresa e a impossibilidade de que as modelos mostrem órgãos genitais ou mamilos, algo intrínseco ao pornô. O que se percebe é a utilização da pornografia *soft core*, termo que será aprofundado na primeira parte teórica deste trabalho, como estratégia de captação de assinantes.

Para compreender os dispositivos que relacionam o sexo e a ideologia de poder capitalístico, serão evocados conceitos de Foucault (1999, 1998 e 2005), Guattari e Rolnik (1996), bem como de Deleuze (1992, 2005). Esta pesquisa também entende que as ideologias feministas são forças subjetivadoras e, para auxiliar nessa percepção, serão considerados conceitos de Beauvoir (2009), Butler (2003), Matos (2017), Fotopoulou (2014) e Despenes (2016). Para perceber a construção de uma trajetória da indústria pornográfica até a pornificação de si a partir da internet, o trabalho será desenvolvido à luz de Sarracino e Scott (2008), Williams (1989, 2014), Paasonen (2011, 2014, 2016), Attimonelli e Susca (2017), Baltar (2014), Sibilía (2015, 2018) e Patterson (2004). Integram o entendimento sobre a globalização e sua influência nas performances individuais e coletivas nas redes sociais as chaves interpretativas presentes nos pensamentos de Hall (2004), Maffesoli (1996), Schechner (2003), Goffman (2002) e Debord (2003). Outros autores, para além destes citados, compõem o referencial teórico que embasa os resultados alcançados. A metodologia aplicada é sistematizada na análise de discurso com base nas teorias de Foucault (2016), Pêcheux (2015) e Orlandi (2015).

1.1 Objeto empírico

Esta pesquisa de pesquisa se debruça sobre as transmissões ao vivo por *streaming* de vídeo no *Facebook* realizadas pelas modelos da empresa *SuicideGirls*. A “base” financeira da empresa é o site www.SuicideGirls.com, que possui também páginas em redes sociais digitais com fins de divulgação.

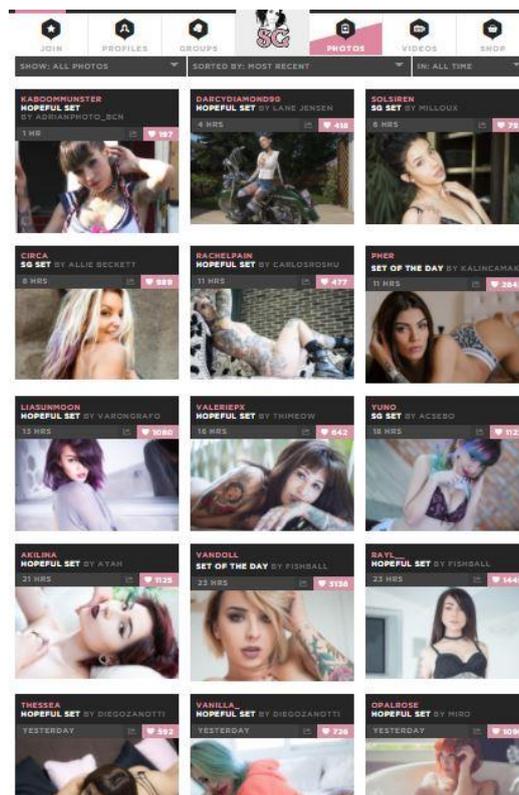
Em entrevista ao *LiveJournal*⁴ em 12 de dezembro de 2015, em virtude de uma das apresentações do show *SuicideGirls: Blackheart Burlesque* no Jean Cocteau Cinema

⁴ Entrevista disponível em <http://grrm.livejournal.com/453917.html>

(no Novo México, EUA), a sócia do site, Selena Mooney – que se rebatizou como Missy Suicide – afirmou que criou o *SuicideGirls.com* em 2001 porque algumas das garotas que conhecia eram as mais bonitas no mundo e não havia espaços para elas na mídia *mainstream*. “Eu quis criar um lugar para celebrar sua beleza e compartilhar seus pensamentos e sentimentos com o mundo”, disse (tradução nossa).

No site⁵ destinado à imprensa, a empresa *SuicideGirls* é definida como “uma comunidade online que celebra a beleza alternativa e a cultura *indie* de todo o mundo”. O mesmo texto destaca que, desde sua fundação, ela recebeu dezenas de milhares de submissões de fotos de modelos “na esperança de ganhar status oficial de *SuicideGirl*”. A empresa se auto intitula uma “irmandade de mulherões duronas e deusas *geek*”. “Consideramo-nos a mais sexy, mais inteligente, mais perigosa coleção de mulheres *outsiders*” é outro dos apontamentos. Na seção de perguntas e respostas frequentes, Missy Suicide afirma que o nome da comunidade é usado para descrever garotas que cometeram “suicídio social” ao escolherem não se encaixar aos padrões. No entanto, nas fotos do site oficial, todas são jovens, brancas, magras, tatuadas e com cabelos coloridos (Figura 1).

Figura 1 - Aba de fotos do site *SuicideGirls*



Fonte: <https://www.SuicideGirls.com/photos/> - em 12/03/2018

⁵ <https://SuicideGirlspress.com/>

Essas afirmações a respeito do caráter único e *underground* das modelos parecem contraditórias a partir do momento em que são confrontadas com alguns dados estatísticos. Um estudo publicado em agosto de 2016 pelo instituto de opinião pública *Statistic Brain* dá conta que 14% da população norte-americana tem pelo menos uma tatuagem, o que representa 45 milhões de pessoas. O gasto anual em tatuagens nos Estados Unidos é superior a U\$ 1,6 bilhões, e 32% dos entrevistados afirmaram ser viciados em se tatuar. Ainda, 29% disseram que se sentem rebeldes ao se tatuar, e outros 31%, mais sexys⁶. Uma das principais características das *SuicideGirls* – ter tatuagens – não pode ser mais considerado como algo marginal na faixa etária à qual elas pertencem, já que, conforme essa mesma pesquisa, 36% dos jovens entre 18 e 25 anos também as têm. O número cresce para 40% para os com idade entre 26 e 40. Além disso, ser jovem, branca e magra, tanto no contexto *soft porn* (conceito que será aprofundado no item 2.2) quanto no mundo da moda é algo majoritário.

O site tem 7 5 milhões de visitas por mês para ver 9,2 milhões de fotos de 3 mil modelos e já produziram 46 milhões de comentários. A página no *Facebook* possui 6,3 milhões de fãs (um novo fã é adicionado a cada dez segundos e cada atualização tem alcance de 1,5 milhão de pessoas). No *Instagram*, são 5,9 milhões de seguidores; 509 mil no *Twitter* e 321 mil no *Tumblr*. Essas marcas fazem com que ser uma *SuicideGirl* seja algo de extrema popularidade – o oposto de um suicídio social. Ou seja: o que a empresa entende por *underground* é considerado teoricamente por esta pesquisa como, em verdade, *mainstream* (o que é adotado por grande parte das pessoas).

Apenas como exemplo, a sexagenária Playboy (cujo slogan é “vivendo a vida além das regras desde 1953”, algo semelhante ao lema das *SuicideGirls*), possui 15 milhões de fãs na página do *Facebook* – apenas duas vezes mais.

O produto principal do site *SuicideGirls* são ensaios – em fotografia e vídeos – contendo nudez envolvendo uma ou mais modelo do *casting*, mas jamais junto a homens. Ao pagamento mensal de U\$ 12 ou U\$ 48 por ano, o usuário pode acessar todo o conteúdo. As páginas nas redes sociais são uma forma de angariar mais assinantes, conforme afirmou a esta pesquisa uma *SuicideGirl*, exibindo suas modelos por meio de fotos e vídeos. As transmissões ao vivo via *Facebook* fazem parte de uma estratégia de conexão entre modelos e fãs (e possíveis novos fãs), como explicou Missy Suicide durante entrevista a esta pesquisadora⁷.

⁶ Dados completos podem ser conferidos em <http://www.statisticbrain.com/tattoo-statistics/>.

⁷ A entrevista está na íntegra como anexo desta dissertação.

[A transmissão] dá às modelos a oportunidade de se conectar com os fãs. As garotas que têm o “set of the day” [o ensaio do dia] no *SuicideGirls* têm a oportunidade de compartilhar seu entusiasmo e agradecer aqueles da comunidade que apreciaram-nas sendo unicamente elas mesmas, o suficiente para lhes permitir a oportunidade de serem reconhecidas (tradução nossa).

Ao ser questionada se a empresa encorajaria as modelos a mostrarem nudez nas transmissões ao vivo se isso fosse permitido pelo *Facebook*, Missy Suicide diz:

não incentivaríamos as meninas a fazerem nada que não quisessem fazer. O *SuicideGirls* é sobre meninas confortáveis e confiantes com seus corpos e consigo mesmas como um todo. Os fluxos do *Facebook* dão-lhes a oportunidade de se expressar e [manifestar] sua gratidão à comunidade. Existem outros canais onde elas podem se expressar de uma maneira NSFW [Not Safe for Work, gíria que aponta para algo que não se pode visualizar no computador durante o trabalho]. Cada plataforma serve a um propósito único e a comunidade do *Facebook* não está lá para ver nudez assim como o público do *tumblr* não está procurando opiniões políticas (tradução nossa).

As transmissões ao vivo por *streaming*⁸ de vídeo via redes sociais são um fenômeno novo na empresa *SuicideGirls*. Até março de 2015, os vídeos disponíveis aos membros do site eram todos gravados, muitos deles editados, com pós-produção e alguns no formato “amador”. Com o surgimento do aplicativo de transmissão de vídeo ao vivo *Periscope*, lançado pela *Twitter Inc.* naquele mês⁹, emerge um novo modelo das relações no ciberespaço. Qualquer *smartphone* com acesso à internet transforma-se em *handcam* com link para vivo – secularizando cabos e antenas sobre furgões empregados nas coberturas em tempo real. Dos relatos privados da vida de uma adolescente qualquer à cobertura por mídias tradicionais e jornalistas autônomos, qualquer transmissão pode ser feita a partir da palma da mão. Apenas no primeiro ano de funcionamento, foram mais de 200 milhões de transmissões pelo aplicativo – em iOS e Android –, contabilizando, segundo o blog do *Periscope*, cerca de 110 anos de vídeo ao vivo vistos todos os dias. Em dois meses de vida, o aplicativo teve 10 milhões de contas ativadas¹⁰.

Como resposta a esses números, em janeiro de 2016, essa mesma possibilidade foi ativada para todos os usuários do *Facebook*¹¹ – até então, o *streaming* de vídeo ao vivo era apenas para perfis de celebridades e páginas. Com isso, um bilhão de usuários

⁸ Tecnologia de transmissão de dados ao vivo pela internet (que podem ser tanto áudio como vídeos), sem que seja necessário fazer o *download* do conteúdo.

⁹ Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2015/03/1608174-twitter-lanca-periscope-app-para-transmitir-video-ao-vivo-na-web.shtml>

¹⁰ Disponível em <https://medium.com/periscope/year-one-81c4c625f5bc>

¹¹ Disponível em <https://tecnoblog.net/188857/Facebook-live-video-collage/>

(dados do balanço financeiro de abril de 2016 da empresa) passam a acessar o aplicativo *Facebook Live* (distinto do *Facebook* “tradicional”). Em maio de 2017, foi a vez do *YouTube* liberar transmissões ao vivo para seu um bilhão de usuários¹².

Em março de 2017, o *Facebook Live* iniciou suas atividades também em computadores e notebooks, além de alterar seu algoritmo de *feed* de notícias para dar preferência ao *streaming* de vídeo ao vivo. De acordo com uma reportagem do *Wall Street Journal*¹³, a rede social tinha, naquela época, parceria com cerca de 140 empresas de mídia e celebridades para oferecer mais de US\$ 50 milhões como incentivo para a produção de conteúdo ao vivo. Em virtude do aumento do interesse dos usuários do *Facebook* por vídeos, a rede social tirou do ar o aplicativo *Facebook Live* e integrou a possibilidade de realizar uma transmissão diretamente na área de publicação de cada *timeline* (onde o dono do perfil é incentivado a postar textos, fotos, vídeos, sentimentos, com perguntas como “No que você está pensando?”).

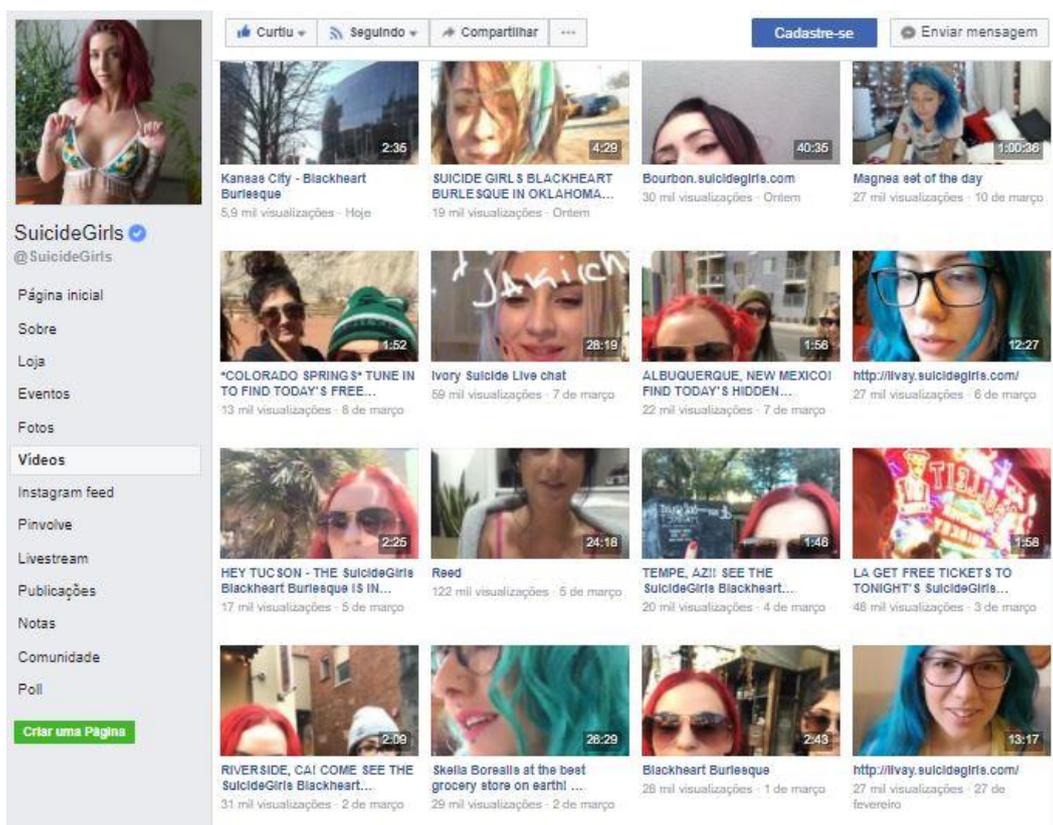
Apesar da plataforma criada pelo *Twitter* não possuir censura em relação à nudez (não há banimento no caso de aparecerem mamilos femininos, por exemplo, ao contrário do que ocorre no *Facebook*), a página *SuicideGirls* parou de fazer transmissões pelo *Periscope* no mesmo mês de março de 2017.

Ao contrário do site *SuicideGirls*, em que o usuário precisa ter a intenção de acessar as fotos e vídeos das modelos, as transmissões ao vivo no *Facebook* (Figura 2) proporcionam outro tipo de experiência. Ele pode ser surpreendido, entre notícias e fotos de parentes e amigos, por um vídeo de uma das garotas que costuma assistir no site oficial e, assim, conhecer uma outra faceta da modelo. Se ele compartilhar o conteúdo em sua *timeline*, seus amigos poderão ter acesso e, inclusive, se tornarem assinantes do site, onde o conteúdo apresenta nudez.

¹² Disponível em <https://canaltech.com.br/internet/youtube-libera-transmissoes-ao-vivo-pelo-celular-para-todos-93938/>

¹³ Disponível em <https://www.wsj.com/articles/Facebook-signs-deals-with-media-companies-celebrities-for-Facebook-live-1466533472>

Figura 2 - Transmissões de vídeo ao vivo no *Facebook* da página *SuicideGirls*



Fonte: <https://www.Facebook.com/pg/SuicideGirls/videos/> - em 12/03/2018

Essa é a estratégia mercadológica da empresa, conforme o depreendido das entrevistas semiestruturadas que serão objeto da análise de discurso deste trabalho. No entanto, a tática do *SuicideGirls* ainda aponta para um novo nicho de consumo: o mercado feminista. Quando perguntada se o feminismo faz parte da filosofia da empresa, Missy Suicide responde que sim. “O *SuicideGirls* é sobre celebrar a mulher como um todo, abraçando todo o ser. O que algumas pessoas pensam que nos faz estranhas, esquisitas ou ferradas, pensamos que nos torna bonitas”, diz. Para ela, “trata-se também de encontrar uma comunidade de mulheres com ideias semelhantes e de se apoiar mutuamente, não concorrendo entre si com coisas estúpidas que têm uma falsa sensação de escassez como meninos ou empregos”. Ela encerra dizendo: “faça o seu próprio caminho no mundo e não aceite menos do que você merece”. Esse pensamento encontrará eco em parte dos discursos das entrevistas e performances ao vivo analisados neste trabalho. Importante destacar que, conforme será apontado nas conclusões desta pesquisa, assim como o ativismo e a produção acadêmica expandem o pensamento feminista e a procura por mais informações sobre o tema (o dicionário norte-americano *Merriam-Webster* elegeu o

feminismo como verbete do ano de 2017¹⁴), o capitalismo fabrica necessidades voltadas a consumidores que precisem mostrar sua opção ideológica.

Isto posto, para atender ao objetivo geral desta pesquisa – explicitado ainda neste capítulo –, interessa entender os processos relativos à subjetivação das modelos envolvidas nessas transmissões, a partir do referencial teórico que será apresentado a seguir.

1.2 Objeto teórico

O objeto teórico desta pesquisa é a relação entre as forças capitalísticas e feministas que pressionam a subjetivação humana e a forma como isso se manifesta por meio da performance¹⁵. Para compreender esse encadeamento, é preciso dar conta das imbricações entre o poder capitalístico sobre o sexo, o capitalismo e a pornografia, o feminismo e as chamadas *pornwars*, bem como a moldura produzida pela modernidade tardia para o *ethos* da ética da estética, que aponta para a relação direta entre interação e performance, imersas na pornocultura.

Para tanto, como já exposto, serão utilizados pilares teóricos fundamentados no pós-estruturalismo de Deleuze, Foucault, Guattari e Hall, no pós-colonialismo de Maffesoli e no ciberfeminismo (que possui suas bases também no pós-colonialismo, mas mantém conceitos das primeira, segunda e terceira ondas do feminismo, o que lhe concede uma transversalidade filosófica).

A intenção foi analisar o fenômeno das transmissões ao vivo no *Facebook* pelas *SuicideGirls* partindo do pressuposto deleuziano de que “o sujeito é produto da subjetivação” (DELEUZE, 2005, p. 108) e, portanto, somente a análise de discurso, com respeito às subjetividades, poderia dar conta do objeto empírico proposto. E, para ele, “tal como as relações de poder só se afirmam se efetuando, a relação consigo só se estabelece se efetuando. E é na sexualidade que ela se estabelece ou se efetua” (DELEUZE, 2005, p. 109). A tríade entre poder, sujeito e sexualidade concebe, também, sua negação, a partir dos mecanismos de repressão à sexualidade. Foucault (1999) guia-se por uma pergunta: “por que dizemos, com tanta paixão, tanto rancor contra nosso passado mais próximo,

¹⁴ Disponível em <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/word-of-the-year-2017-feminism>

¹⁵ O termo performance será adotado neste trabalho a partir dos estudos de Schechner (2003) e Goffman (2002), não deixando de levar em conta a importância histórica e política dos conceitos de performatividade (DERRIBA, 1991) e performatividade de gênero (BUTLER, 2003).

contra nosso presente e contra nós mesmos, que somos reprimidos?” (1999, p. 14). Para Foucault (1999), o poder é um jogo que, por meio de lutas e afrontamentos incessantes transforma, reforça, inverte essas forças, e é caracterizado pelo apoio que tais correlações de força encontram umas nas outras, formando cadeias ou sistemas – as defasagens e contradições que as isolam entre si também fazem parte desse jogo.

Especialmente na alta Idade Média (do século V até o século XII), as relações de sexo deram lugar, em toda a sociedade Ocidental, a um dispositivo de aliança que privilegia um sistema de matrimônio, de fixação e desenvolvimento dos parentescos, para a transmissão e proteção de nomes e bens (FOUCAULT, 1999, p. 100). Foucault define o conceito de dispositivo como sendo um conjunto heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais e filantrópicas. “Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode tecer entre estes elementos” (1998, p. 244).

Nesse sentido, esses dispositivos de aliança e sexualidade se constituem na família e proporcionam, a partir do século XVIII, que ela seja o lugar obrigatório de afetos, de sentimentos, de amor, e que a sexualidade tenha como ponto privilegiado de eclosão a família (FOUCAULT, 1999). Foucault reforça que, do século XVII ao início do século XX, acreditou-se que o investimento do corpo pelo poder devia ser denso, rígido, constante, meticuloso, o que resultou nos “terríveis regimes disciplinares que se encontram nas escolas, nos hospitais, nas casernas, nas oficinas, nas cidades, nos edifícios, nas famílias” (FOUCAULT, 1999, p. 103).

Ainda assim, ele considera “frouxos os códigos da grosseria, da obscenidade, da decência, se comparados com os do século XIX” (1998, p. 84). Os mecanismos de poder utilizados para a repressão são muito mais sutis, atingem a subjetividade das pessoas e inculcam uma ideia de que, para ser feliz, é preciso liberar nossas sexualidades. Para Foucault (1998), isso é no fundo a ideia dos sexólogos, dos médicos e dos policiais do sexo. Ele entende que essa é uma armadilha dos dispositivos para conhecer e abafar as microrrevoluções.

Eles dizem mais ou menos o seguinte: "Vocês têm uma sexualidade, esta sexualidade está ao mesmo tempo frustrada e muda, proibições hipócritas a reprimem. Então venham a nós, digam e mostrem tudo isto a nós, revelem seus infelizes segredos a nós... Este tipo de discurso é, na verdade, um formidável instrumento de controle e de poder. Ele utiliza, como sempre, o que dizem as pessoas, o que elas sentem, o que elas esperam. Ele explora a tentação de acreditar que é suficiente, para

ser feliz, ultrapassar o umbral do discurso e eliminar algumas proibições. E de fato acaba depreciando e esquadrinhando os movimentos de revolta e liberação...”. (FOUCAULT, 1998, p. 129-130).

Assim, a vontade de saber sobre o sexo, conforme Foucault, é uma das maiores transgressões que o ser humano pode empreender. Mas, conforme a reflexão de Deleuze (2005), se a subjetividade deriva do poder e do saber, ela não depende apenas dessas forças. “A relação consigo é, inclusive, uma das origens desses pontos de resistência” (DELEUZE, 2005, p. 112). A propósito do desejo como revolução, Guattari e Rolnik defendem uma teoria do desejo que o considera pertencente a sistemas maquínicos diferenciados e elaborados. Por “maquínic”, os autores entendem máquinas sociais, estéticas, teóricas, e assim por diante. “Em outras palavras, há máquinas territorializadas (em metal, em eletricidade, etc.), assim como há também máquinas desterritorializadas que funcionam num nível de semiotização completamente outro” (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 239). Pode-se compreender o sexo, portanto, como o produto de máquinas desejanças, que trazem consigo as problemáticas indissociáveis do desejo e da produção.

O desejo não é nem uma pulsão orgânica, nem algo que estaria sendo trabalhado, por exemplo, pelo segundo princípio da termodinâmica, sendo arrastado de maneira inexorável por uma espécie de pulsão de morte. O desejo, ao contrário, teria infinitas possibilidades de montagem. (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 239-240).

Desta rebeldia, por assim dizer, surge, na modernidade tardia, o que Garlick (2011) considera uma “democratização” dos desejos sexuais e o advento de uma cultura sexual mais pluralista, argumento que se conjuga “a uma recente tendência feminista que rejeita os apelos à censura ou à caracterização da pornografia heterossexual como inerentemente misógina, em favor da celebração da capacidade da pornografia de representar os desejos sexuais femininos” (2011, tradução nossa).

A pornografia foi assim criada, tanto como uma palavra como uma categoria da sexualidade humana. Era, de certo modo, como um semblante, costurado de partes díspares, uma pintura aqui, um afresco lá, um pouco como um certo monstro similarmente reconstituído um pouco mais cedo no século por uma jovem inglesa com uma imaginação selvagem. E, como o monstro de Mary Shelley, logo escorregou as fechaduras de seu quarto secreto e começou a vagabundear entre a população, atingindo o medo por todo o continente. (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. XIII-XIV, tradução nossa).

Em debate, entram, a partir da década de 1970, as representações da pornografia em relação à violência contra a mulher. Linda Williams (1989) assinala o processo irônico

em que a pornografia foi envolta durante as chamadas *porn wars*, verdadeira guerra política travada especialmente nos Estados Unidos entre feministas anticensura (com apoio de parte da indústria pornográfica, em pleno auge) e feministas antipornografia (apoiadas por movimentos religiosos, especialmente os protestantes). Após algumas décadas de dormência (entre os anos 1990 e 2000), a luta contra a pornografia toma fôlego novamente no seio do puritanismo – mas conquistando segmentos feministas – em meados da segunda década dos anos 2000.

No contexto da *netporn*, outro debate se soma às *porn wars*: as experiências reais a partir do amador versus o pornô roteirizado e fantástico. A partir do momento em que a pornografia na internet começa a disponibilizar performances ao vivo, a migração de espectadores para esse tipo de pornô faz surgir a possibilidade de supressão das encenações.

Nós nunca vamos entender a pornografia na internet enquanto considerarmos as redes sociais digitais como uma mera ferramenta com a qual acessamos imagens de sexo explícito, porque, assim, nós perdemos as maneiras pelas quais nossos desejos sexuais são mediados pelos prazeres da tecnologia em si, e as fantasias particulares que ela oferece. (PATTERSON, 2004, p. 117, tradução nossa).

Susanna Paasonen (2014) pondera sobre a normalização de culturas *underground* na pornografia por sites *mainstream*, que constantemente incorporam especialidades, subcategorias e estilos subculturais como novidades para seus menus. Assim acontece com tudo o que é novidade ou conteúdo raro na pornografia: é incorporado na paleta mais *mainstream*. Conforme a pesquisadora, existe uma busca perpétua pela novidade – pelas quais as pessoas queiram pagar –, e então as imagens de heteropornô comercial tornaram-se cada vez mais fantásticas. “A diversificação e fragmentação do pornográfico são evidentes em todas as mídias, mas de longe mais excessivas na *web*” (PAASONEN, 2014, p. 26, tradução nossa). É nesta faixa de normalização é que se encontra o produto vendido pelas *SuicideGirls*. Esse processo de transformação do alternativo em *mainstream* só é possível graças à pornificação de si e da cultura, ao ato de levar a ser norma.

Esse processo de *mainstreaming* do pornô é característico da modernidade tardia, já que, para Hall (2004), as sociedades modernas do final do século XX e início do século XXI vivem um tipo diferente de mudança estrutural transformadora. De acordo com ele, as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade nos forneceram sólidas localizações como indivíduos sociais e, agora, estão sendo fragmentadas. O autor acredita que essas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais. “Esses processos de mudança, tomados em conjunto, representam

um processo de transformação tão fundamental e abrangente que somos compelidos a perguntar se não é a própria modernidade que está sendo transformada” (HALL, 2004, p. 9).

As transformações foram provocadas em parte pela globalização – fenômeno inerente à toda a modernidade especialmente em virtude do capitalismo e, mais intensamente, pelo capitalismo pós-industrial. Stuart Hall defende, inclusive, que a globalização atingiu um alcance e ritmo de integração maiores a partir dos anos 1970, com o surgimento do embrião da internet, que faz sentir o mundo menor e as distâncias mais curtas. A *netporn* pode ser um dos claros exemplos de globalização (é possível ver, gratuitamente, performances sexuais ou sensuais provenientes de praticamente toda a parte do mundo e conviver com os performers independentemente da situação espaço-temporal). “Os eventos em um determinado lugar têm um impacto imediato sobre pessoas e lugares situados a uma grande distância” (HALL, 2004, p. 69). Ele reforça que essa compressão do tempo e do espaço altera os meios de representação e as narrativas dos acontecimentos e de si, fazendo com que os sujeitos tenham paisagens identitárias. No entanto, Hall (2004) resgata pensamentos de alguns teóricos culturais que afirmam uma tendência à interdependência global que estaria levando ao colapso *todas* as identidades culturais fortes e produzindo uma fragmentação de códigos culturais.

A globalização é, para Maffesoli (1996), recheada de um hedonismo do cotidiano que sustenta a vida em sociedade e transforma os laços sociais em algo emocional, quando a experiência só é válida se vivida com os outros. Maffesoli denomina esse *ethos* de “ética da estética”. Em outras palavras, só pode ser atribuído valor ao fazer se, junto a ele, estiver conjugado o verbo mostrar. Assim, é possível revitalizar a ideia de sociedade do espetáculo preconizada ainda na década de 1960 por Debord (2003) e apresentada ao leitor já no início do texto, onde que afirma que as sociedades da modernidade tardia são uma imensa acumulação de espetáculos, e que tudo o que era diretamente vivido se esvai na fumaça da representação (DEBORD, 2003, p. 13). “O espetáculo é ao mesmo tempo parte da sociedade, a própria sociedade e sua *unificação* [grifo do autor]. Enquanto parte da sociedade, o espetáculo concentra todo o olhar e toda a consciência” (DEBORD, 2003, p. 14). Sob a luz de Debord, a *netporn* e, mais especificamente, as transmissões ao vivo das *SuicideGirls* no *Facebook*, são produtos dessa sociedade do espetáculo, que a tudo engloba, a todos envolve e os transforma em protagonistas.

A transmissão ao vivo de cenas cotidianas são, talvez, a expressão mais viva do que Debord traduz como sociedade do espetáculo. Ele entende que não se pode contrapor

abstratamente o espetáculo à atividade social efetiva, já que “este desdobramento está ele próprio desdobrado. [...] A realidade objetiva está presente nos dois lados. O alvo é passar para o lado oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo no real” (DEBORD, 2003, p.16). Ele ainda pontua que, se utilizarmos a analogia do espelho para compreender o espetáculo como resultado de um mundo invertido, o verdadeiro é tão somente um momento do falso. Para além disso, é importante destacar que a empresa *SuicideGirls* é como um molde a fabricar modelos únicas, mas cuja unicidade segue padrões definidos.

Nessa linha, como preconiza Erving Goffman (2002), a sociedade é o palco do cotidiano, onde atores e personagens interagem com a plateia e, portanto, a dramaturgia é o amálgama da vida social, da sociedade do espetáculo de Debord. Goffman define o conceito de representação como “toda a atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por uma presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência” (2002, p. 29). Goffman compreende a sociedade como um palco em que atores apresentam performances o tempo todo para uma plateia formada também por atores que, por sua vez, performam outros papéis. Assim, o ser humano está sempre em estado de performance, como retrata Schechner (2003).

A particularidade de um dado evento está não apenas em sua materialidade, mas em sua interatividade. Se é assim nos eventos filmados e digitalizados, tanto mais em relação à performance ao vivo, onde não só a produção, mas também a recepção varia de instância para instância. E mais ainda em relação à vida diária, onde o contexto é, necessariamente, incontrolável. (SCHECHNER, 2003, p. 28).

Se a sociedade do espetáculo (DEBORD, 2003) é conformada por um palco onde se dão representações do eu (GOFFMAN, 2002) por meio de performances (SCHECHNER, 2003), é importante destacar que as ideologias feministas permeiam esse contexto. Ao compreender a contemporaneidade como imersa em insurreições, o ciberfeminismo se torna componente importante para entender as subjetivações dos sujeitos da modernidade tardia. Para Carolina Matos (2017), as redes online são como um “refúgio contra as dificuldades e a marginalização do ambiente offline, oferecendo possibilidades para o fortalecimento de avenidas de feminismos transnacionais globais de solidariedade e cooperação em torno do avanço dos direitos das mulheres” (2017, p. 3, tradução nossa). No entanto, alerta a pesquisadora, seria ingênuo enfatizar demais o papel das novas tecnologias na mudança social; em vez disso, é mais apropriado conceber o ciberfeminismo como algo repleto de contradições na realidade das desigualdades estruturais offline das sociedades.

Dentro deste campo, surgem novas formas de questionamentos a respeito da pornografia, algo que é relativizado e problematizado por Despentes: “será que um close-up dos grandes lábios ameaça a segurança do Estado? Os sites antipornô são mais numerosos e veementes do que os sites contra a Guerra do Iraque, por exemplo” (DESPENTES, 2016, p. 76). A teórica e ativista entende que os reflexos de autocensura são desestabilizantes. Segundo ela, a imagem pornográfica não deixa escolha, pois excita e provoca reações irracionais. “Essa é sua força maior, sua dimensão quase mística. E é lá que se atíçam e urram muitos dos manifestantes antipornô” (DESPENTES, 2016, p. 76-77). Despentes aponta, assim, que o que é excitante, em geral, é vergonhoso frente à sociedade, e que a imagem que se constrói a respeito do sujeito é incompatível com a identidade social cotidiana, já que o que nos excita ou não vem de zonas incontroláveis, obscuras e que raramente estão em sintonia com aquilo que desejamos conscientemente (2016).

As reflexões de Despentes surgem em uma conjuntura pornocultural. Attimonelli e Susca (2017) definem a pornocultura como “uma espécie de pornificação do cotidiano, visível não apenas online, mas também nos acessórios das lojas e dos mercados, no design e na linguagem corrente” (2017, p. 9). Para eles, esse processo projeta uma edulcoração do pornô de largo acesso, regenerado em uma infinidade de práticas sempre novas “através de um jogo de reversibilidade constante entre o íntimo e o compartilhado, o privado e o público, o pessoal e o coletivo: enfim, uma radicalização do *hard* [*shock sites*, *horror porn*, proliferação de categorias e de hábitos extremos]” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 9). A pornocultura, assim, provoca o que eles entendem como uma atual ruptura epistemológica que emana do tecido social, captada pelas mídias e encarnada nos estilos de vida contemporâneos, dos quais ela parece ser a causa e o efeito – uma mudança de paradigma densa de consequências para o futuro (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 10). Esse cenário provoca e é provocado recursivamente pela pornificação de si (BALTAR; BARRETO, 2014) e do olhar (SIBILIA, 2015). Os seres estão imersos em pornosferas (MCKEE; MCNAIR; WATSON, 2015). Esses conceitos nortearão a análise de discurso desta pesquisa e serão apresentados e encadeados durante o desenvolvimento deste trabalho.

1.3 Justificativa

“Assistir pornografia é sempre uma questão de procurar esse lugar onde algo vai longe demais, o lugar que excede nossos limites pessoais” (WILLIAMS, 2014, p. 35, tradução nossa). Um dos principais nomes do campo dos estudos sobre pornografia, Linda Williams (2014) refere que, para se fazer ciência a partir da pornografia, a curiosidade funciona como principal trampolim. É ela que impulsiona a ciência a ultrapassar o muro do moralismo e do tabu e confere laicidade aos estudos empíricos. Por isso, como Linda Williams (1989) enfatiza, é preciso não fazer separações entre erotismo e pornografia, argumento típico da posição antipornografia. Realizar um estudo fazendo essa distinção seria, portanto, assinalar essa postura ideológica, o que não é o objetivo deste estudo.

No entanto, cabe destacar a necessidade de pesquisas que unifiquem os campos da Comunicação e Informação à Pornografia e ao Feminismo, para que, além de analisar fenômenos, sejam construídas alternativas de pensamento baseados na empiria. A escolha em analisar a *netporn soft core* presente na rede social *Facebook* vai ao encontro do que Williams (2014) preconiza: é um gênero que atrai tanto homens como mulheres, é extremamente popular e, portanto, tem relevância acadêmica.

A presente pesquisa, pois, demonstra ineditismo, característica inerente ao estudo científico, no campo da Comunicação. Ainda, importante destacar que o fenômeno a ser analisado – as transmissões ao vivo pelas *SuicideGirls* no *Facebook* – iniciaram recentemente, em 2016, o que torna o objeto empírico interessante para a pesquisa, pois representa uma faceta do espírito do tempo das relações sociais atuais.

Além dessas questões, cabe ressaltar que o tema é de relevância pessoal para a pesquisadora, jornalista e, acima de tudo, repórter. Por mais que o tema não se trate de jornalismo, a curiosidade motivadora é entender como uma simples transmissão de um vídeo em que uma garota conversa com usuários da plataforma pode chegar a mais de quatro centenas de milhares de visualizações, receber três comentários por segundo e, acima de tudo, como esses processos atingem a subjetividade dessas modelos e quais as ideologias que os motivam. Estudar as mulheres em seus mais variados fazeres faz parte do feminismo, que deve ser livre de amarras. A academia é o esteio ético da ciência sem estigmas ou pudores.

Cabe ressaltar que esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

1.4 Problema de pesquisa

Com base na discussão teórica proposta neste estudo, o problema de pesquisa pode ser apresentado pela seguinte questão:

- Considerando que elementos de ideologias feministas e de poder estão presentes nas transmissões de vídeo *soft porn* realizadas pelas modelos *SuicideGirls* no *Facebook*, quais concepções relativas à autonomia feminina se manifestam em seus discursos?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo geral

O objetivo geral desta pesquisa é compreender, a partir dos discursos das entrevistas e dos vídeos analisados, as manifestações das ideologias feministas e de poder capitalístico nas performances das modelos, levando-se em conta que as transmissões ao vivo pelo *Facebook* da página *SuicideGirls* estão inseridas em um contexto pornocultural.

1.5.2 Objetivos específicos

Esta pesquisa pretende, a partir dos discursos apresentados nos vídeos – e com base nas respostas das entrevistas semiestruturadas –, atender aos seguintes objetivos específicos:

- a) apreender as percepções das *SuicideGirls* sobre as relações de poder que se estabelecem em suas práticas enquanto modelos;
- b) averiguar como as imbricações econômicas entre o mercado e as modelos *SuicideGirls* se manifestam em seus discursos;
- c) identificar as performances pornoculturais manifestadas por elas;
- d) ressaltar presenças e silêncios ideológicos presentes nas performances das *SuicideGirls*.

1.6 Metodologia

Para responder ao problema de pesquisa que esta pesquisa apresenta, entendeu-se cabível a realização de análise de discurso, em virtude da melhor compreensão dos processos de subjetivação e sua manifestação por meio da performance que esta técnica dispõe em relação à análise de conteúdo. Como o objetivo é compreender de que forma se manifestam as relações de poder que pressionam os sujeitos (por meio das ideologias de poder feministas e capitalístico), optou-se pela análise de discurso a partir da aplicação de conceitos de Foucault (2016), Pêcheux (2015) e Orlandi (2015).

Para cumprir os objetivos desta dissertação, portanto, foram realizadas entrevistas semiestruturadas junto a quatro modelos *SuicideGirls* e selecionadas transmissões de vídeo ao vivo feitas por essas participantes no *Facebook*. O corpus e o percurso metodológico serão dispostos nos itens 1.6.1 e 1.6.2.

Conforme Foucault (2016), a sexualidade e a política são os alvos preferidos do discurso das instituições, especialmente para provocar interdições sobre os sujeitos. Ele enfatiza que o discurso não é apenas o que traduz as lutas ou o sistema de dominação, mas também o próprio poder do qual os sujeitos querem se apoderar. “O que está em jogo, senão o desejo e o poder?” (2016, p. 19). Foucault (2016) ainda frisa que, enquanto existem discursos que são encorajados, outros são altamente proibidos, através de coerções que limitam seus poderes, que dominam suas aparições aleatórias e que selecionam os sujeitos que falam. Para analisar as interdições sexuais a partir do discurso, ele se atém a quatro princípios: o da inversão (procurar os silenciamentos provenientes do discurso dominante), o da descontinuidade, o da especificidade (a regularidade dos acontecimentos) e o da exterioridade (as condições externas que impõem seu limite).

A escolha pela análise de discurso conforme os preceitos de Pêcheux (2015) para a compreensão do objeto em tela se dá em virtude da possibilidade de interpretações sobre de que forma se dão as significações dos sujeitos a partir do poder e da ideologia.

O “poder” aparece, efetivamente, ora como um objeto adquirido (justo resultado de um grande esforço, ou efeito inesperado da sorte; de toda forma, o bem supremo que vai administrar o melhor para o bem de todos), ora como um espaço resistente à conquista, no confronto contínuo contra as feudalidades de toda ordem (que tudo fizeram para que “isto jamais acontecesse” e que continuam a resistir), ora como um ato performativo a se sustentar (fazer o que se diz), ora como novas relações sociais a serem construídas. (PÊCHEUX, 2015, p. 26).

Interessante assinalar que a análise de discurso proposta por Pêcheux (2015) relativiza o conhecimento do sujeito falante sobre o que ele fala, porque, nos espaços discursivos, todo enunciado produzido reflete propriedades estruturais independentes de sua enunciação: essas propriedades se inscrevem, transparentemente, em uma descrição adequada do universo. Para o autor (2015), a análise do discurso possibilita que se encontrem outros tipos de real e saberes diferentes dos evocados diretamente pelos falantes. Para tanto, ele defende que se deve multiplicar as relações entre as diversas formas de se dizer algo – adequadas a diferentes contextos, inclusive geográficos. Assim, o intérprete pode se colocar em posição de entender a presença de não ditos no interior do que é dito (2015).

Pêcheux assinala que “todo fato já é uma interpretação” (2015, p. 44). Com base nessa afirmação que é um dos pilares da teoria do autor, o esforço metodológico desta pesquisa será no sentido de interpretar os discursos coletados. Michel Pêcheux (2015) reforça que o analista de discurso deve ter interesse em uma aproximação, teórica e de procedimentos, entre as práticas da análise da linguagem ordinária e as práticas de leitura de arranjos discursivo-textuais. Essa aproximação, conforme ele, engaja concretamente maneiras de trabalhar sobre as materialidades discursivas implicadas em rituais ideológicos, em enunciados políticos, nas formas culturais e estéticas, através de suas relações com o cotidiano e com o ordinário do sentido.

Entre os preceitos indispensáveis para a análise de discurso apontados por Pêcheux (2015) está o fato de que descrever se torna indiscernível de interpretar. Para tanto, ele se vale do papel do equívoco, da elipse, da falta, entre outras figuras da língua. Outro pilar dá conta que “todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro” (PÊCHEUX, 2015, p. 53). O autor aponta que toda sequência de enunciados é linguisticamente descritível como uma série de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar à interpretação e é nesse espaço onde trabalha a análise de discurso.

Pêcheux (2015) alinhava que, através das descrições regulares de montagens discursivas, pode-se detectar os movimentos de interpretações enquanto atos que surgem como tomadas de posição, reconhecidas como tais: ou seja, como efeitos de identificação assumidos e não negados. Esses reconhecimentos concederão os indícios necessários ao analista para perceber a atuação da ideologia sobre o discurso.

Uma das principais intérpretes de Pêcheux, Eni P. Orlandi (2015) lança mão de uma atualização da teoria dele, elaborada na década de 1970 e com uma preocupação

preponderante de contrapor as ideias estruturalistas e marxistas que dominavam a teoria da análise de discurso britânica (apesar de se valer de alguns conceitos marxistas, especialmente em relação ao poder da ideologia). Orlandi (2015) propõe um método de análise de discurso em três etapas, que serão abordadas no item 1.6.2, além de definir quais são as possibilidades de sujeito e de discurso passadas três décadas do lançamento das ideias de Pêcheux para uma nova teoria.

Para Orlandi (2015), com o estudo do discurso, pode-se observar as pessoas falando – uma noção de movimento até então não concebida por Pêcheux. Esse discurso, para ela, revela a produção de sentidos enquanto parte da vida das pessoas, seja enquanto sujeitos, seja enquanto membros de uma determinada sociedade. Segundo a autora, os estudos discursivos visam pensar o sentido dimensionado no tempo e no espaço das práticas humanas, descentrando a noção de sujeito e relativizando a autonomia do objeto da linguística (2015).

Orlandi (2015) reforça que a materialidade da ideologia é, justamente, o discurso, e a materialidade do discurso é a língua. Portanto, não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia. Assim, o discurso é o lugar onde se pode observar a relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentidos para e pelos sujeitos. E a análise de discurso, diferentemente da análise de conteúdo, entende a língua como algo não transparente. A questão, para esse tipo de análise, é: “*como* esse texto significa?” (ORLANDI, 2015, p. 16, grifo nosso).

A autora sintetiza que o analista deve levar em conta que a língua tem sua ordem própria, mas é apenas relativamente autônoma; que a história (compreendendo-se, aqui, a história como o percurso do discurso) tem seu real afetado pelo simbólico; e que o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia. Ela define discurso como “efeito de sentidos entre locutores” (ORLANDI, 2015, p. 20). Ainda, a autora pondera que os dispositivos teóricos devem mediar o movimento entre a descrição e a interpretação dos discursos.

Os dizeres, segundo Orlandi (2015), não são apenas mensagens a serem codificadas, mas sim efeitos de sentidos que são produzidos em condições determinadas e que estão de alguma forma presentes no modo como se diz, deixando vestígios que o analista deverá apreender. O analista também precisa levar em consideração que o falante mobiliza mecanismos de antecipação, em que o sujeito dirá de um modo ou de outro segundo o efeito que pensa produzir em seu ouvinte. Ainda, é imprescindível ter sempre

em consideração que não há sentido sem interpretação, o que atesta a presença da ideologia (ORLANDI, 2015).

As paráfrases e as metáforas são a principal forma de captura utilizadas neste trabalho. Orlandi (2015) atesta que os processos parafrásicos são aqueles pelos quais em todo dizer há sempre algo que se mantém, isto é, o dizível, a memória. Dessa forma, segundo ela, produzem-se diferentes formulações do mesmo dizer sedimentado. É o dizer de modo diferente, não apenas em relação ao já dito pelo falante anteriormente, mas também o que ratifica o posicionamento do interlocutor, daquele que questiona. Em uma entrevista semiestruturada, pode-se afirmar que a paráfrase tanto pode reforçar algo que o entrevistado já havia dito anteriormente quando concordar com alguma postura apresentada por quem o questionou.

Orlandi (2015) pontua, então, que a paráfrase é a matriz do sentido, porque não há sentido sem repetição, sem sustentação no saber discursivo. E, conforme ela, a polissemia é a fonte da linguagem, uma vez que ela é a própria condição de existência dos discursos. “A polissemia é justamente a simultaneidade de movimentos distintos de sentido no mesmo objeto simbólico” (ORLANDI, 2015, p. 38). Orlandi enfatiza que, entre o mesmo e o diferente – ou seja, entre a paráfrase e a polissemia –, o analista se propõe compreender como o político e o linguístico se inter-relacionam na constituição dos sujeitos e na produção dos sentidos, ideologicamente assinalados. “Como o sujeito (e os sentidos), pela repetição, estão sempre tangenciando o novo, o possível, o diferente. Entre o efêmero e o que se internaliza. Num espaço fortemente regido pela simbolização das relações de poder” (ORLANDI, 2015, p. 38).

Por sua vez, o efeito metafórico, segundo Pêcheux (2015), é o fenômeno semântico produzido por uma substituição contextual, um deslizamento de sentidos. A metáfora é característica das línguas naturais (em oposição aos códigos e linguagens artificiais) e, sendo assim, a interpretação – que deriva da metáfora – é constitutiva da própria língua. “A metáfora é constitutiva do processo mesmo de produção de sentido e da constituição do sujeito. Falamos da metáfora não vista como desvio, mas como transferência” (ORLANDI, 2015, 79). Para ela, a autora, o processo de produção de sentidos está necessariamente sujeito ao deslize, havendo sempre um “outro” possível que o constitui. O efeito metafórico, de acordo com ela, é lugar da interpretação, da ideologia. A metáfora é entendida, no método analítico proposto por Orlandi, não como figura de linguagem, mas como a tomada de uma palavra por outra, a transferência que estabelece o modo como as palavras significam.

Desse modo, as palavras remetem a discursos que derivam seus sentidos das formações discursivas, regiões do interdiscurso que, por sua vez, representam no discurso as formações ideológicas (ORLANDI, 2015). A formação discursiva “se define como aquilo que em uma formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura dada – determina o que pode e deve ser dito” (ORLANDI, 2015, p. 42). Conforme Foucault (2016), a definição de uma formação discursiva como uma forma de repartição, ou, ainda, um sistema de dispersão convida a colocar a contradição entre a unidade e a diversidade, entre a coerência e a heterogeneidade no interior das formações discursivas; vem a fazer de sua unidade dividida a própria lei de sua existência.

De acordo com Orlandi (2015), em um retorno contínuo do objeto de análise para a teoria, em um movimento constante de descrição e interpretação, o analista tece as intrincadas relações do discurso, da língua, do sujeito, dos sentidos, articulando ideologia e inconsciente. Este foi o esforço analítico proposto nesta dissertação: conceber o deslize, o efeito metafórico, como parte do funcionamento discursivo, para compreender o modo como a língua (e a performance, como defende esta pesquisa) se materializa na ideologia e como esta se manifesta em seus efeitos na própria língua.

1.6.1 Técnicas e corpus

As entrevistas semiestruturadas foram realizadas junto a um corpus selecionado por conveniência (OLIVEIRA, 2001), com a realização de quatro entrevistas de acordo com perguntas previamente estabelecidas, junto a *SuicideGirls* brasileiras indicadas pela modelo contatada durante a produção do projeto desta pesquisa. Também foi feita a captação ativa de modelos pela rede social *Instagram*, por meio da conta da pesquisadora. O texto enviado para captação das participantes foi o seguinte:

Olá. Estou realizando uma dissertação de mestrado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul sobre feminismo nas redes sociais e, para tanto, convido você a participar da pesquisa. Ela pretende entrevistar modelos *SuicideGirls* que já tenham feito transmissões ao vivo pelo *Facebook* da empresa. A entrevista será feita por videoconferência ou chamada de áudio pelo *Whatsapp*, seu anonimato fica totalmente garantido e os resultados serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos. Você aceita? Obrigada pela atenção. Atenciosamente, Marjule Angonese, mestranda pelo PPGCom-Ufrgs.

Após o aceite (quatro modelos aceitaram participar da pesquisa), as participantes foram contatadas pelo aplicativo de sua preferência (*Whatsapp* e *Skype*), e elas próprias

elegeram a data e horário para a entrevista, cujo áudio foi gravado e, depois, degravado. A partir da degravação, foi feita a análise de discurso. As entrevistas foram realizadas em 2018, bem como a análise dos vídeos das participantes (um para cada *SuicideGirl* entrevistada), elencados de acordo com o maior número de visualizações.

A partir do referencial teórico e da pergunta de pesquisa a ser respondida, as unidades de análise foram selecionadas com base na detecção de paráfrases e metáforas relacionadas às ideologias de poder capitalístico e feministas, para a interpretação dos fatores que estão imbricados no discurso das entrevistadas em relação às transmissões de vídeo que fizeram na página do *SuicideGirls* no *Facebook*. Importante ressaltar que, por não se tratar de um estudo sobre a interpretação que as próprias modelos fazem de suas performances ao vivo, não foram feitas perguntas a respeito de situações específicas que fizeram parte das unidades de análise dos vídeos. Isso se deve à importância que esta pesquisa deu à possibilidade de encontrar contradições entre o discurso que se manifesta nas entrevistas e o performado nos vídeos.

1.6.2 Percurso metodológico da análise das entrevistas semiestruturadas

O método aplicado para a análise de discurso, portanto, se deu em três etapas (ORLANDI, 2015, p. 76):

- 1) Passagem da superfície linguística para o texto (discurso) – quando o analista procura a discursividade a desnaturalização da relação entre palavra e coisa; nesta fase, destaca-se a **contextualização** do discurso em relação ao falante, ao interlocutor e ao momento histórico.
- 2) Passagem do objeto discursivo para a formação discursiva – nesta etapa, foram detectadas as **paráfrases** (repetição) e **metáforas** (deslize de sentidos). Elas foram selecionadas a partir de indicativos ideológicos que apontaram para:
 - a) o domínio do próprio corpo;
 - b) as questões econômicas influentes no discurso;
 - c) o discurso performático do “eu” e
 - d) a pornificação de si.
- 3) Passagem do processo discursivo para a formação ideológica – foram relacionadas as formações discursivas distintas com a **formação ideológica** que regeu essas relações para atingir a constituição dos processos discursivos responsáveis pelos efeitos de sentidos produzidos no material simbólico.

Cumpridas as três etapas, foi possível interpretar o discurso produzido pelas entrevistadas a partir do questionário semiestruturado aplicado pela pesquisadora, conforme as perguntas previamente elaboradas. O mesmo percurso foi realizado em relação aos vídeos. No entanto, para as transmissões, foram analisadas apenas os discursos provenientes das performances em relação a solicitações para que as modelos mostrassem seios, nádegas ou vaginas, algo proibido pelo *Facebook* e pela empresa *SuicideGirls*. Foram capturados todos os comentários produzidos pelos usuários nos quatro vídeos e, depois disso, procurados aqueles que correspondiam a solicitações para que fossem mostradas partes íntimas (com a busca por palavras formais, gírias e de baixo calão, em diversos idiomas, representando órgãos genitais e seios, como se verá na análise de discurso dos vídeos em 4.1.1.1, 4.1.2.1, 4.1.3.1 e 4.1.4.1). Dos 9,8 mil comentários, foram mapeadas 271 menções a esse tipo de solicitação. Por se tratar de um trabalho de natureza qualitativa, a este estudo não interessou a significância estatística da seleção.

A análise de discurso se deu da seguinte forma: primeiramente, foram degravadas as entrevistas semiestruturadas de cada uma das participantes. A seguir, foram destacadas as formações discursivas parafrásicas e metafóricas (as frases ditas por cada uma delas, separadamente), distinguidas nos quatro indicativos ideológicos dispostos anteriormente. Depois, cada uma das formações discursivas recebeu apontamentos, conforme o que pode ser observado nos itens 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3 e 4.1.4. Depois, todos os vídeos foram assistidos e, da mesma forma, degravados, mas com atenção apenas às performances indicadas, como o disposto nos itens 4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.3 e 4.1.1.4.

Depois desse percurso, as formações discursivas foram divididas em três possibilidades de manifestação: ideologia do poder capitalístico (5.1), ideologia feminista (5.2) e feminismo como objeto de consumo capitalístico (5.3). Nessa etapa, já no capítulo de discussão dos resultados, foram borradas as individualidades das participantes, para que seus discursos fossem reagrupados e colocados sob a luz das teorias mobilizadas por este trabalho, levando em conta, além da contextualização das modelos individualmente, suas características comuns especialmente no que tange às suas posições na engrenagem capitalística.

1.6.3 Entrevistas semiestruturadas

As entrevistas semiestruturadas foram desenvolvidas a partir das seguintes perguntas:

- a) Você se acha bonita? Por quê?
- b) O que te motivou a enviar fotos para o site *SuicideGirls*?
- c) Como você lida com o fato de pessoas pagarem para ver suas fotos?
- d) Quais são os benefícios em ser uma *SuicideGirl*?
- e) Como é a sua relação com a nudez?
- f) Você assiste pornografia?
- g) Você se considera uma estrela da internet, uma influenciadora digital?
- h) Em relação às *lives* pelo *Facebook*, como você lida com os pedidos de *nudes* ao vivo?
- i) Você acha que teria mais visualizações se fizesse transmissões em outra página ou em seu perfil pessoal?
- j) O que te motiva a fazer uma *live*?
- k) Durante as *lives*, como você lida com *haters*, com críticas às tatuagens, *piercings* e mesmo com o fato de ser uma modelo da empresa?
- l) O que você acha que leva as pessoas a assistirem e participarem das *lives*?
- m) Nas transmissões, você assume alguma personagem ou algum tipo de comportamento específico?
- n) Você é feminista? Por quê?
- o) Há como ser feminista e *SuicideGirl* ao mesmo tempo? Em que momentos isso é possível?

Essas perguntas formaram a base da entrevista, que foi adaptada aos contextos de cada uma das participantes; além disso, a ordem das perguntas foi, em alguns momentos, alterada em virtude da necessidade de manutenção do fluxo discursivo. A íntegra das entrevistas está disposta no Anexo 1.

1.7 Estrutura da dissertação

Esta dissertação está dividida em duas partes teóricas. A primeira refere-se à subjetivação e aborda as imbricações entre capitalismo, pornografia e feminismo. A segunda é relativa à performance e perfaz os caminhos entre a conformação do *ethos* da modernidade tardia denominado ética da estética e suas conexões entre a interação, pornocultura e pornificação do olhar e de si. A terceira parte apresenta a análise de discurso propriamente dita, contendo a contextualização das participantes, as detecções

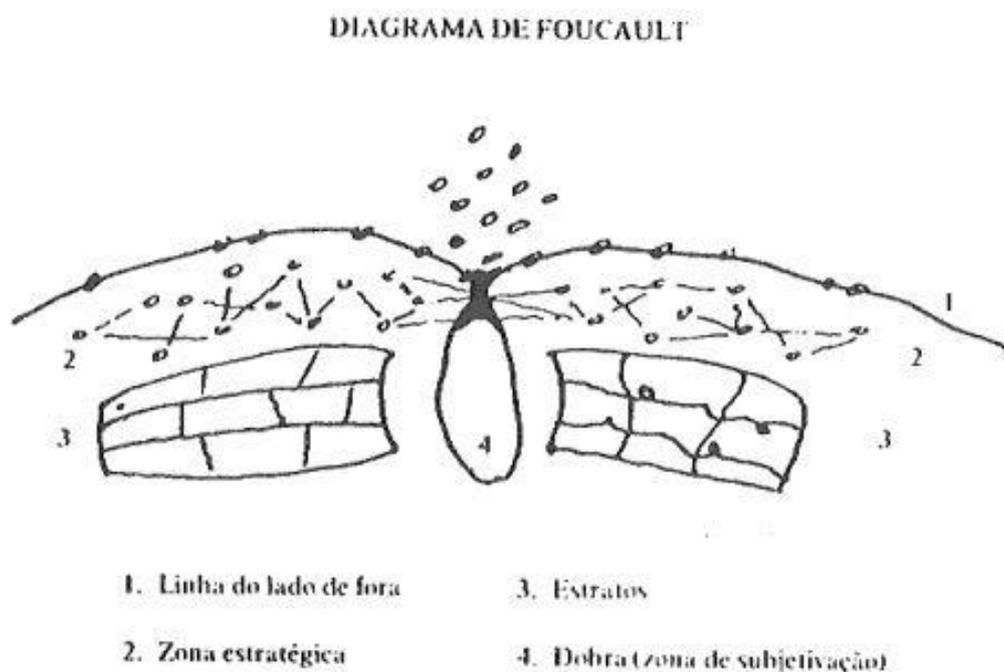
das paráfrases e metáforas de cada uma das entrevistas semiestruturadas e a análise de discurso dos vídeos selecionados. Em seguida, serão retratadas as discussões dos resultados e, por fim, as considerações finais.

2 PRIMEIRA PARTE – A SUBJETIVAÇÃO

Para a compreensão das pressões produzidas pelas ideologias de poder capitalístico e feministas sobre as participantes desta pesquisa, é preciso percorrer os caminhos apontados por Deleuze, a partir de Foucault, para a construção da subjetivação humana e a relação das pessoas consigo mesmas e com o exterior. Segundo ele, tal como as relações de poder só se afirmam ao se concretizarem, “a relação consigo só se estabelece se efetuando. E é na sexualidade que ela se estabelece ou se efetua” (DELEUZE, 2005, p. 109). Esse é o motivo pelo qual este percurso teórico foi adotado para a estruturação do pensamento que levará à análise de discurso aqui proposta. Nesta apresentação da primeira parte, portanto, serão apresentados os conceitos da dobra deleuziana e da subjetivação, que conduzem – especialmente em se tratando dos processos de subjetivação – o raciocínio deste estudo.

Para explicar de que maneira se forma a subjetivação, Deleuze (2005) desenha o que ele chama de Diagrama de Foucault (Figura 3), que pode ser compreendido da seguinte forma: a dobra é a zona de subjetivação, é onde penetram “partículas de fora” (o impensado, livre das estratificações).

Figura 3 - Processos de subjetivação explicados por Deleuze



Fonte: DELEUZE, 2005, p. 128.

A dobra, a área onde se desenvolve a subjetivação, é moldada a partir das pressões dos estratos (as normas, leis e regras, a identidade de gênero pré-concebida, o poder, as convenções sociais, etc.). No entanto, assim como é pressionada, ela também pressiona as estruturas, em uma relação recursiva. Assim, a zona estratégica é a região das lutas, em que o fora em processo de estratificação, em organização, tenta fazer parte da dobra, e a dobra tenta desorganizar essas forças, alterar os estratos e permitir o ingresso das “partículas de fora”. A zona estratégica pode ser compreendida como local de manifestação, de performance.

“Pensar é dobrar, é duplicar o fora com um dentro que lhe é coextensivo” (DELEUZE, 2005, p. 126). Deleuze (2005) pontua que, se o lado de dentro se constitui pela dobra do de fora, há entre eles uma relação topológica: a relação consigo é homóloga à relação com o lado de fora, e os dois estão em contato, intermediados pelos estratos, que são meios relativamente exteriores e, portanto, relativamente interiores. É todo o lado de dentro que se encontra ativamente presente no lado de fora sobre o limite dos estratos, afirma o autor. Ele frisa que pensar é se alojar no estrato no presente que serve de limite. “O pensamento pensa sua própria história (passado), mas para se libertar do que ele pensa (presente) e poder, enfim, pensar de outra forma (futuro)” (DELEUZE, 2005, p. 127).

Para Deleuze, o indivíduo interior (aqui, compreendendo-se que, se existe o indivíduo interior, há, também, o exterior, que está inculcado no domínio da performance) acha-se codificado, recodificado em um saber “moral” e, acima de tudo, “torna-se o que está em jogo no poder – é diagramatizado. A dobra parece então ser desdobrada, a subjetivação do homem livre se transforma em sujeição” (DELEUZE, 2005, p. 111). A tensão formada entre a liberdade e a sujeição é, assim, forjada na zona de subjetivação. “A relação consigo é, inclusive, uma das origens desses pontos de resistência” (DELEUZE, 2005, p. 112). A resistência, portanto, é a busca do ser humano por aquilo que cada indivíduo compreende por liberdade, em gradientes maiores ou menores de tolerância à sujeição e avaliação de consequências e riscos.

Deleuze (2005) pondera que a subjetivação se faz por dobra, mas que há quatro dobras, quatro pregas de subjetivação.

A primeira concerne à parte material de nós mesmos que vai ser cercada, presa na dobra: para os gregos, era o corpo e seus prazeres, os *aphrodisia*; mas, para os cristãos, será a carne e seus desejos, o desejo, uma modalidade substancial completamente diferente. A segunda dobra é a da relação de forças, no seu sentido mais exato; pois é sempre segundo uma regra singular que a relação de forças é vergada para tornar-se relação consigo; certamente não é a mesma coisa quando a

regra eficiente é natural, ou divina, ou racional, ou estética... A terceira dobra é a do saber, ou a dobra da verdade, por constituir uma ligação do que é verdadeiro com o nosso ser, e de nosso ser com a verdade, que servirá de condição normal para todo saber, para todo conhecimento: subjetivação do saber que não se faz da mesma maneira entre os gregos e entre os cristãos, em Platão, Descartes ou Kant. A quarta dobra é a do próprio lado de fora, a última: é ela que constitui o que Blanchot chamava de uma “interioridade de espera”, é dela que o sujeito espera, de diversos modos, a imortalidade, ou a eternidade, a salvação, a liberdade, a morte, o desprendimento. As quatro dobras são como a causa final, a causa formal, a causa eficiente, a causa material da subjetividade ou da interioridade da relação consigo. (DELEUZE, 2005, p. 111-112).

As quatro dobras da subjetivação fazem parte da composição da análise de discurso das *SuicideGirls*, objetivo desta pesquisa. No entanto, a primeira e a segunda dobras (frisa-se, as relativas à sexualidade e à de relações de forças) são as preponderantes para a consideração dos processos relativos à conformação das subjetivações e suas representações por meio da performance.

Para este estudo, importa o seguinte questionamento: “a subjetividade moderna reencontraria o corpo e seus prazeres, contra um desejo tão submetido à Lei?” (DELEUZE, 2005, p. 113). Conforme Deleuze (2005), a luta pela subjetividade moderna passa por uma resistência às duas formas atuais de sujeição, uma que reside na individualização de acordo com as exigências do poder e outra que consiste em ligar cada indivíduo a uma identidade sabida e conhecida, bem determinada. Dessa forma, “a luta pela subjetividade se apresenta, então, como direito à diferença e direito à variação, à metamorfose” (DELEUZE, 2005, p. 113). Essa dicotomia de necessidade de uma unicidade e uma uniformização é uma constante no pensamento das entrevistadas, como será demonstrado na discussão dos resultados.

Convém, ainda, ressaltar que, frente a novos cenários capitalísticos – e, por consequência, novos problemas –, as pressões de poder exercidas sobre os seres humanos na modernidade tardia apresentam soluções que, muitas vezes, trazem consigo antigas ideologias. Ou, como reforça Deleuze, “em matéria moral, não deixamos de depender de velhas crenças, nas quais nem mesmo cremos mais, e de nos produzirmos como sujeitos em velhos modos que não correspondem aos nossos problemas” (2005, p. 114). O confronto entre as novas e as velhas ideologias, ou melhor, a eterna adaptação à qual o capitalismo se propõe, é o que será apresentado neste estudo. Também é importante destacar a existência de núcleos de vontade coletiva de singularidade (GUATTARI;

ROLNIK, 1996) que levam à subjetivação coletiva derivada de agenciamentos do dispositivo de subjetivação capitalística.

A produção de subjetividade não será encarada como coisa em si, essência imutável; essa afirmação vai ao encontro do que propõem Guattari e Rolnik (1996). Para eles, o capitalismo moderno, através da mídia e dos equipamentos coletivos, produz, em grande escala, um novo tipo de subjetividade e, atrás da aparência da subjetividade individuada, é necessário situar o que são os reais processos de subjetivação. Um exemplo disso é, como já dito anteriormente, os vetos aos quais as mulheres estão sujeitas e, portanto, Guattari e Rolnik (1996) entendem que o feminino é proveniente de uma economia do desejo derivada em contraposição a um mundo dominado pela subjetividade masculina, no qual as relações são justamente marcadas pela proibição desse processo. É claro que a indústria do pornô tem características revolucionárias e contraculturais, mas, majoritariamente, suas estratégias capitalísticas seguem no sentido de adaptar o que é *underground* para o *mainstream*, com objetivo da lucratividade. Mesmo aquelas iniciativas que buscam inovações para um pornô feminista, preocupado com questões de saúde dos atores e que seja justo nas suas relações de trabalho continuarão inseridas no contexto capitalista de obtenção do lucro.

Essa é uma sociedade cuja base é formada por um modo “falocrático” de produção da subjetividade, o que, segundo os autores, constitui-se num modo de produção que tem no rendimento o seu critério, o que implica apelar para um processo cada vez mais acelerado de desmanchamento e de produção serializada de formas (GUATTARI; ROLNIK, 1996). Assim, nesse modo de produção, “o que se recalca é a possibilidade de se criarem formas a partir da sensibilidade dos indivíduos a seu processo de existência, formas tão múltiplas e variadas quantos forem esses processos” (1996, p. 81). O que se refreia, pois, é o que Guattari e Deleuze chamam de “inconsciente maquínico”, que corresponde ao agenciamento das produções de desejo. “O inconsciente maquínico é aquele que tenderia a produzir singularidades subjetivas” (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p.210). Conforme Guattari e Rolnik (1996), os processos de singularização, por estarem em ruptura com as significações dominantes, acarretam problemáticas micropolíticas: uma forma de tentar mudar o mundo e as coordenadas dominantes.

Para a compreensão das atividades das *SuicideGirls* no *Facebook*, esta pesquisa irá discutir a sexualidade a partir de uma visão que leva em conta, primordialmente, os estudos realizados por Foucault (1999, 1998 e 2005), Guattari e Rolnik (1996) sobre o poder e suas imbricações. Foucault conceitua o poder como uma multiplicidade de

correlações de força imanentes ao domínio onde se exercem que são constitutivas de sua organização. Poder é, portanto, “as estratégias em que se originam e cujo esboço geral ou cristalização institucional toma corpo nos aparelhos estatais, na formulação da lei, nas hegemonias sociais” (1999, p. 88-89).

A intenção, com esse esforço teórico, é demonstrar como a performance das *SuicideGirls* na internet é delimitada pela sociedade de controle, que atua sobre a sexualidade e, exatamente por ser assim, fomenta o discurso (através da fala e gestual) sobre o sexo. O termo “sociedade de controle” é conceituado por Deleuze (1992) a partir da interpretação que ele faz sobre a obra de Foucault. Ele explica que “os controles são uma modulação, como uma moldagem autodeformante que mudasse continuamente, a cada instante, ou como uma peneira cujas malhas mudassem de um ponto a outro” (DELEUZE, 1992, p. 219-226). A sociedade de controle, para Deleuze, é a que substitui a sociedade da disciplina.

Este capítulo aborda, partindo das construções basais de Foucault e Guattari, especialmente, como se desenvolveu a ideia de pudor sexual, de que forma surge o prazer a partir da infração às normas sexuais impostas socialmente, quais as possibilidades de subjetivação coletiva e resistência, bem como a pornografia e a transgressão na modernidade tardia.

2.1 Controle sexual como ferramenta do capitalismo

Conforme Foucault (2005), ainda no período antes de Cristo (a partir do século II a.C.), as práticas sexuais são sugeridas, pela filosofia e pelas aventuras romanescas, exclusivamente ao âmbito matrimonial. O sexo era considerado perigoso, difícil de ser dominado, custoso. A austeridade sexual, diz Foucault (2005), se enraizou na tradição clássica. Nos primeiros séculos do milênio passado, especialmente até o século IV, houve uma espécie de preparação filosófica para a moral cristã, em que o sexo é sinônimo do mal do corpo e do espírito e só encontra sua face digna e benéfica no amor matrimonial. No entanto, “diz-se que, no início do século XVII, ainda vigorava uma certa franqueza. As práticas não procuravam o segredo, as palavras eram ditas sem reticência excessiva e, as coisas, sem demasiado disfarce; tinha-se com o ilícito uma tolerante familiaridade” (FOUCAULT, 1999, p. 9). Havia, portanto, uma liberdade maior, gestos diretos, discursos sem vergonha, transgressões visíveis, anatomias mostradas e facilmente

misturadas, crianças vagando sem incômodo ou escândalo entre os risos dos adultos; “os corpos *pavoneavam*” (FOUCAULT, 1999, p. 9, grifo do autor).

Assim, segundo o filósofo, no século XVII, surge uma repressão ao exercício da sexualidade pelas sociedades burguesas ocidentais, um silenciamento e uma censura. Todavia, nos três séculos seguintes, XVIII, XIX, XX, o que ocorre é uma explosão discursiva, mas com depuração do vocabulário: é criada a polícia dos enunciados. Isso decorre, para Foucault, do surgimento do conceito de população, no século XVIII. Conforme sua análise, os governos passam a ter de lidar com fenômenos e variáveis como as taxas de natalidade, morbidade, expectativa de vida, fecundidade, estado de saúde, incidência de doenças, formas de alimentação e habitat (FOUCAULT, 1999). Com isso, reforçam-se os padrões de conjugalidade das práticas sexuais, que são cerceadas, mas, ao contrário do que se poderia supor, o discurso sobre o sexo tem se multiplicado há três séculos, e não rarefeito. Contudo, o discurso aponta para o sentido do pudor, do recato, das considerações medicinais e populacionais.

Tanto a sociedade burguesa do século XIX quanto a contemporânea, segundo Foucault, são de perversão explosiva e fragmentada. “Isso, não de maneira hipócrita, pois nada foi mais manifesto e prolixo, nem mais abertamente assumido pelos discursos e instituições” (FOUCAULT, 1999, p. 46-47). Com isso, o autor refere-se ao fato de que a existência das perversões sexuais – o “adoecimento sexual” a partir de práticas consideradas não sadias pela medicina, psiquiatria e psicologia – foi muito mais enfatizada pedagogicamente do que a definição do que seria uma sexualidade saudável, e não apenas moral.

Para Foucault (1999), a partir do século XVIII, quatro grandes conjuntos estratégicos surgem para desenvolver dispositivos específicos de saber e poder a respeito do sexo: a histerização do corpo da mulher (o corpo feminino é integralmente saturado de sexualidade e, conseqüentemente, integrado ao campo das práticas médicas, já que estaria sob efeito de uma patologia). O contraponto dessa patologia é a figura da mãe, a mulher nervosa, a forma mais visível da histerização. O segundo conjunto estratégico é a pedagogização do sexo da criança; o terceiro, a socialização – econômica – das condutas de procriação; e o quarto é a psiquiatrização do prazer perverso. O instinto sexual é isolado como impulso biológico e psíquico autônomo, com a análise clínica de todas as formas de anomalia, atribuindo papel de normalização e patologização de todas as condutas (FOUCAULT, 1999). Esses quatro eixos são formulados para responder a um questionamento de Foucault: “por que o sexo é assim tão secreto? Que força é essa que,

durante tanto tempo, o reduziu a silêncio e mal acaba de ceder, permitindo-nos talvez questioná-lo, mas sempre a partir e através de sua repressão?” (1999, p. 77).

Ele questiona, ainda, se, finalmente, “estaríamos liberados desses dois longos séculos onde a história da sexualidade devia ser lida, inicialmente, 1998?” (1999, p. 11). Félix Guattari e Suely Rolnik contrapõem esse argumento ao inferirem sobre a possibilidade de retomada de traços arcaicos dizendo que “não é enquanto arcaísmos que eles adquirem alcance subjetivo, mas na sua articulação num processo criador” (1996, p. 74). Com isso, os autores sugerem que, se, por um lado, há repressão da sexualidade através da ampliação de um discurso médico e pedagógico, por outro, essa mesma repressão pode ser criadora de revoluções, individuais e coletivas: revoluções moleculares e molares.

No apêndice de *Micropolítica – Cartografias do Desejo*, Guattari e Rolnik (1996) explicam o conceito relativo a processos moleculares e molares. Conforme eles, a ordem molar corresponde às estratificações que delimitam objetos, sujeitos, representações e seus sistemas de referenda. Por sua vez, a ordem molecular é a dos fluxos, das subjetivações, das transições de fases, das intensidades (GUATTARI; ROLKIK, 1996). Às estratificações, podemos compreender como conceitos morais e éticos “soldados” na constituição dos sujeitos, grupos e representações. “Os fluxos de desejo procedem por afetos e devires, independentemente do fato de que possam ser ou não calcados sobre pessoas, sobre imagens, sobre identificações” (GUATTARI; ROLKIK, 1996, p. 318). Com isso, eles afirmam que um indivíduo, etiquetado antropologicamente como masculino, pode ser atravessado por múltiplas e aparentemente contraditórias subjetivações.

O poder sobre o corpo é um dos temas de reflexão de Guattari e Rolnik (1996), que ponderam ser necessário afastar a tese de que, nas sociedades burguesas e capitalistas, teria ocorrido uma negação da realidade do corpo em proveito da alma, da consciência e da realidade. Segundo eles, “nada é mais material, nada é mais físico, mais corporal que o exercício do poder” (1996, p. 84), o que reforça que existiu uma pressão realizada por essas sociedades sobre os usos dos corpos, inclusive – e, talvez, principalmente –, sobre a sexualidade.

Foucault lembra que, a partir de 1960, percebeu-se que este poder rígido não era assim tão indispensável quanto se acreditava, que as sociedades industriais podiam se contentar com um poder muito mais tênue sobre o corpo. “Descobriu-se, desde então, que os controles da sexualidade podiam se atenuar e tomar outras formas... Resta estudar de

que corpo necessita a sociedade atual” (1998, p. 84). Um dos escopos desta pesquisa é a investigação de uma das possibilidades de corpos necessários à sociedade pós-moderna ocidental.

Segundo Foucault, o sexo é o que serve de suporte para uma forma familiar e importante no Ocidente: a pregação. Para o autor, uma grande homilia sexual – que teve seus teólogos sutis e suas vozes populares – tem percorrido nossas sociedades há algumas dezenas de anos, “fustigando a antiga ordem, denunciando as hipocrisias, enaltecendo o direito do imediato e do real; fazendo sonhar com uma outra Cidade” (1999, p. 13).

O que se dá é um cabo-de-guerra de discursos; numa ponta estão os dispositivos de repressão, na outra, os agentes impulsionadores das microrrevoluções (dispositivos econômicos, culturais e políticos). Ao centro, sendo tencionados ora para um lado, ora para outro, estão os processos de subjetivação individual e coletiva. Se for mantida a analogia do cabo-de-guerra, o nó central, que indica qual lado está “vencendo”, é o desejo, em suas mais diferentes formas de locução adverbial: desejo sexual, desejo de poder, desejo de possuir, desejo de conhecimento, desejos de vida e morte. E, conforme dito anteriormente, o nó central enquanto subjetivação pode ser encarado como uma produção coletiva. Ou, como explica Guattari, “o desejo permeia o campo social, tanto em práticas imediatas quanto em projetos muito ambiciosos” (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 215). O autor enfatiza que, ao analisar o problema do desejo enquanto formação coletiva, resta evidente que ele “não é forçosamente um negócio secreto ou vergonhoso como toda a psicologia e moral dominantes pretendem” (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 215).

Assim, para Guattari, o desejo, em qualquer uma das dimensões em que for considerado, nunca é uma energia indiferenciada ou uma função de desordem. “Não há uma essência bestial do desejo. O desejo é sempre o modo de produção de algo, o desejo é sempre o modo de construção de algo” (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 216). É nesse âmbito que se alarga o poder capitalístico, utilizando e produzindo desejos.

Além disso, Guattari aponta que não se pode falar em desejo individual. “É a produção de subjetividade capitalística que tende a individualizar o desejo, e quando é vitoriosa nessa operação, não há mais acúmulo processual possível” (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 233). Isso porque, para ele, os dispositivos capitalísticos infligem sobre os indivíduos processos de serialização e de identificação coletiva, que se prestam a toda espécie de manipulação. Assim, o desejo se situa não em nível de agrupamento de indivíduos, “mas de uma pragmática de processos de produção de desejo que nada tem a ver com esse tipo de individuação. Tal pragmática, quando esmagadora, pode atingir tanto

o indivíduo quanto o grupo” (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 233). Em síntese, pode-se afirmar que a história da sexualidade, contada através da repressão e ordenamento das práticas, pode ser também considerada a história do pudor.

O prazer e o poder estão intrinsecamente ligados por diversos elos, conforme aponta Foucault. Para ele, o exame médico, a investigação psiquiátrica, o relatório pedagógico e os controles familiares podem ter como objetivo global e aparente dizer não a todas as sexualidades errantes ou improdutivas, mas acabariam funcionando como mecanismos de dupla incitação: prazer e poder. “Prazer em exercer um poder que questiona, fiscaliza, espia, investiga, apalpa, revela; e, por outro lado, prazer que se abrasa por ter que escapar a esse poder, fugir-lhe, enganá-lo ou travesti-lo” (1999, p. 45).

Foucault resume da seguinte forma: o poder é, essencialmente, aquilo que dita a lei, no que diz respeito ao sexo, o que significa que o sexo fica reduzido a um regime binário entre lícito e ilícito, permitido e proibido (FOUCAULT, 1999). Enquanto que as microrrevoluções trabalham para transformar o ilegal em algo legal, o prazer arquiteta-se em bailar sobre o beiral que se firma entre as licitudes e ilicitudes.

Um dos principais dispositivos a utilizar-se do desejo de felicidade sexual e da marginalidade a que as práticas da sexualidade que estão fora do leito conjugal – mesmo quando se dão no âmbito matrimonial – é o capitalístico. E quando a Revolução Industrial (a partir do século XVIII na Europa e até metade do século XX no Brasil) toma conta da força humana e a absorve completamente em força laboral, resta pouco ao sexo. Para Foucault, se o sexo é reprimido com tanto rigor, é por ser incompatível com uma colocação no trabalho, geral e intensa, pois que “na época em que se explora sistematicamente a força do trabalho, poder-se-ia tolerar que ela fosse dissipar-se os prazeres, salvo naqueles, reduzidos ao mínimo, que lhe permitem reproduzir-se?” (1999, p. 11).

Outro dispositivo a ser levado em conta é o da própria sexualidade: como o dispositivo de aliança, ele se articula aos parceiros sexuais, mas de um modo inteiramente diferente. Enquanto que ao dispositivo de aliança importa o vínculo entre parceiros com status definido, ao da sexualidade, são as sensações do corpo, a qualidade dos prazeres, a natureza das impressões, por tênues ou imperceptíveis que sejam, que são pertinentes (FOUCAULT, 1999).

Assim, entre os mínimos prazeres permitidos pelo dispositivo capitalístico, restaram os prostíbulo e, mais recentemente, a internet. No entanto, fora desses lugares,

o puritanismo moderno teria imposto um tríplice decreto de interdição, inexistência e mutismo (FOUCAULT, 1999). Foucault não defende que exista censura sobre o discurso relativo ao sexo, senão o contrário: foi constituída uma aparelhagem para produzir discursos sobre o sexo, cada vez mais discursos, susceptíveis de serem efeito de sua própria economia (FOUCAULT, 1999).

E, de alguma maneira, a sociedade adotou o discurso repressivo como sendo algo construtivo para ela enquanto sistema coeso. Com o surgimento do conceito de população, nasce também uma afirmativa social de que o futuro e a fortuna estão ligados “não somente ao número e à virtude dos cidadãos, não apenas às regras de casamentos e à organização familiar, mas à maneira como cada qual usa seu sexo” (FOUCAULT, 1999, p. 28-29). Como tema diretamente afeito ao exercício da sexualidade, está a taxa de natalidade, a idade do casamento, os nascimentos legítimos e ilegítimos, a precocidade e a frequência das relações sexuais, a maneira de torna-las fecundas ou estéreis, o efeito do celibato ou das interdições, a incidência das práticas contraceptivas (FOUCAULT, 1999). Isso dá espaço às análises das condutas sexuais, seus efeitos, os limites entre o biológico e o econômico, às campanhas sistemáticas que tentam fazer do comportamento sexual dos casais uma conduta econômica e política deliberada (FOUCAULT, 1999). Dessa forma, o poder flui até as mais tênues e individuais das condutas. De ato íntimo, passa a ser administrado pelo poder público, necessita de procedimentos de gestão, é assumido por discursos analíticos (FOUCAULT, 1999).

Entre as maiores transgressões detectadas nesses sistemas por Foucault está a “vontade de saber”, muitas vezes mais profunda do que racional. E, daí, vem a aceitação ao discurso sobre o sexo: a vontade de saber serve ao sexo como suporte e instrumento (FOUCAULT, 1999). Para o autor, “tais apelos, esquivas, incitações circulares não organizaram, em torno dos sexos e dos corpos, fronteiras a não serem ultrapassadas, e sim, as *perpétuas espirais* de poder e prazer” (FOUCAULT, 1999).

O efeito disso, na modernidade tardia, é a produção e fixação do despropósito sexual, o que, para Foucault, é o exercício do poder por uma sociedade perversa, “não a despeito de seu puritanismo ou como reação à sua hipocrisia: é perversa real e diretamente” (FOUCAULT, 1999, p. 47). O despropósito, no caso, seria a sexualidade sem finalidade coletiva, inconsequente, egoísta. Esse poder, segundo ele, atrai as variedades de indivíduos com espirais onde prazer e poder se reforçam.

“Prazer e poder não se anulam; não se voltam um contra o outro; seguem-se e se relaçam” (FOUCAULT, 1999, p. 46). O prazer pode ser alcançado através da

transgressão, do exercício de poder *sobre* o próprio poder, do conhecimento daquilo que é proibido. Essa espiral perpétua, sobretudo a partir do século XIX, é garantida e relançada pelos inumeráveis lucros econômicos que, por intermédio da medicina, da psiquiatria, da prostituição e da pornografia, vincularam-se ao mesmo tempo a essa concentração analítica do prazer e a essa majoração do poder que o controla (FOUCAULT, 1999).

Como sinalizado anteriormente, o controle sobre os corpos incide, especialmente, sobre a mulher, através de imposições de papéis de manutenção familiar, hipersexualização e histerização. Guattari e Rolnik entendem, a partir disso, que existe uma assimetria entre uma sociedade masculina, masculinizada, e uma subjetivação feminino (GUATTARI; ROLNIK, 1996), o que eleva as mulheres e homens homossexuais à posição de revolucionários em potencial, não apenas pelo fato de serem minorias, mas por serem alvo de maior controle da sexualidade pelos dispositivos capitalísticos. Para os autores, existe uma possibilidade de que processos coletivos sejam, também, singularizados. “Singularidades femininas, poéticas, homossexuais, negras, etc., podem entrar em ruptura com as estratificações dominantes” (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p.74). E, partindo de uma ideia de economia coletiva, os agenciamentos coletivos de desejo e subjetividade podem, dependendo do contexto social, se individualizar (GUATTARI; ROLNIK, 1996), o que significa que um desejo de revolução molar pode se transformar em um desejo também molecular e, a partir disso, se retroalimentar, ganhar corpo na sociedade, a despeito do controle exercido pelo poder.

Conforme generalizam Guattari e Rolnik (1996), todas as sociedades normatizam a sexualidade e o que interessa, na realidade, é a maneira como ela é utilizada, incorporada, na constituição da força coletiva de trabalho, na produção de consumidores e no conjunto de sistemas de produção inerentes ao capitalismo. Para eles, a máquina desejanse da sexualidade que, antes, era reservada ao domínio privado, às iniciativas individuais, aos clãs e as famílias, dá espaço a uma máquina de trabalhar e é nesse nível de investimento do desejo que se encontram as reservas da capacidade de expressar a revolta.

O desejo de saber, segundo Foucault, tem a peculiaridade de abarcar, também, o desejo do autoerotismo, que o filósofo compreende como um desenvolvimento estratégico normal de uma luta. Como ele exemplifica, os controles da masturbação praticamente só começaram na Europa durante o século XVIII porque, repentinamente, surgiu um pânico: os jovens se masturbam. “Em nome deste medo, foi instaurado sobre

o corpo das crianças – através das famílias, mas sem que elas fossem a sua origem – um controle, uma vigilância, uma objetivação da sexualidade com uma perseguição dos corpos”, (FOUCAULT, 1998, p. 83). Ele pondera que a sexualidade, tornando-se assim um objeto de preocupação e de análise e alvo de vigilância e de controle, produzia ao mesmo tempo a intensificação dos desejos de cada um por seu próprio corpo. Esses desejos são parte do que hoje edifica o capitalismo e, mais especificamente, o objeto empírico deste estudo.

Assim, o corpo tornou-se o que está em jogo na luta de filhos contra pais, entre a criança e as instâncias de controle. A revolta do corpo sexual é o contra-efeito desta ofensiva. “Como é que o poder responde? Através de uma exploração econômica (e talvez ideológica) da erotização, desde os produtos para bronzear até os filmes pornográficos” (FOUCAULT, 1998, p. 83). Assim, como resposta à revolta do corpo, surge um novo investimento, que não tem mais a forma de controle-repressão, mas de controle-estimulação. É nessa categoria que entram as transmissões de *soft porn*¹⁶ ao vivo pelo Facebook das *SuicideGirls*, como um espaço controlado onde as pessoas são estimuladas sexualmente, mas de acordo com determinadas regras impostas pelo modelo capitalista constitutivo tanto da empresa quanto da plataforma de rede social.

Com base em um contato inicial com uma *SuicideGirl*, pode-se inferir que um dos produtos dos vídeos ao vivo é a produção de desejo – sexual, de proximidade, de conhecimento. Para Guattari e Rolnik (1996), a produção desejante (economia desejante) leva em conta o desejo não de forma associada, como na concepção freudiana, à representação. “Independentemente das relações subjetivas e intersubjetivas, ele [o desejo] está diretamente em posição de produzir seus objetos e os modos de subjetivação que lhes correspondem” (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 322). A economia desejante trabalha com a invenção de uma outra relação com o corpo: “sair de todos esses modos de subjetivação do corpo nu, do território conjugal, da vontade de poder sobre o corpo do outro, da posse de uma faixa etária por outra, etc.” (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 283).

Também é preciso levar em conta, para o estudo do objeto sobre o qual se debruça esta pesquisa, a dicotomia trazida pelos autores entre grupo sujeito e grupo sujeitado. Segundo eles, os grupos sujeitos opõem-se aos grupos sujeitados, o que implica uma referência micropolítica: “o grupo sujeito tem por vocação gerir, na medida do possível, sua relação com as determinações externas e com sua própria lei interna. O grupo

¹⁶ A pornografia *soft core* (ou *soft porn*), conforme Linda Williams (1989, 2014), são as manifestações ou performances em que não há penetração e/ou ejaculação. O conceito será aprofundado no item 2.2.

sujeitado, ao contrário, tende a ser manipulado por todas as determinações externas” (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 319).

2.2 Pornografia: antídoto ao controle, produto comercial

O ser humano nasce nu. Uma das primeiras ações que ele sofre após o parto é ser coberto. Mas o ato de vestir a si ou a alguém está intimamente ligado não apenas a uma proteção contra a exposição às intempéries e à sujeira, mas também à preservação frente às recriminações sociais. É uma ação, também, da sociedade de controle. Escapar ao controle da nudez é tão impactante às instituições de poder que, no Brasil, por exemplo, o artigo 233 do Código Penal, que trata do ato obsceno em lugar público, é aplicado (com pena de detenção de três meses a um ano ou multa) a quem andar sem roupas em locais frequentados. E, segundo Agamben (2015), a nudez, na cultura ocidental, é inseparável de uma assinatura teológica. Mas, como explicar a tolerância à nudez em praias e colônias naturistas? Para ele, a resposta está no fato de que batizados pré-cristãos eram com adultos nus mergulhados em riachos (AGAMBEN, 2015, p. 109). No entanto, a nudez infantil não ser considerada “pecaminosa” é algo de caráter estritamente ligado à teoria e ao livro bíblico do Gênesis.

Conforme o autor, a nudez só se dá depois do pecado (AGAMBEN, 2015, p. 93). Segundo ele analisa, Adão e Eva, logo depois de criados, estavam envoltos em um manto denominado “graça” divina. A curiosa mulher, encantada pelo conhecimento da serpente, oferece o “fruto proibido” ao homem, que aceita. Furioso, o deus cristão lhes tira a graça e o casal, então, se vê nu. “A nudez não é um estado, mas um acontecimento [...], ela pertence ao tempo e à história, não ao ser e à forma” (AGAMBEN, 2015, p. 101).

Para Agamben, aquilo que surge quando se tiram as vestes (a graça) não é mais que uma sombra destas, “e libertar totalmente a nudez dos esquemas que só nos permitem concebê-las de modo privativo e instantâneo é uma tarefa que requer uma lucidez incomum” (AGAMBEN, 2015, p. 100). Desse modo, “o problema da nudez é, portanto, o problema na natureza humana na sua relação com a graça” (AGAMBEN, 2015, p. 95). Conforme o autor, interpretar teologicamente o tema da nudez incontrolável dos órgãos genitais é compreender a cifra da corrupção da natureza após o pecado, que a humanidade se transmite através da procriação. Estar nu é fazer-se pecado, salvo em situações de purificação, como o batismo, de limpeza, como o banho, ou de inocência perante os

prazeres da carne, como durante a infância. Mas esta condição só pode acontecer se a nudez for total – a seminudez é permitida na arte sacra, inclusive.

Como a nudez de uma pessoa simplesmente nua é idêntica – e, no entanto, diferente – à da mesma pessoa desnudada, assim a natureza humana, que perdeu o que não era natureza (a graça), é diferente do que era antes de ter-lhe sido acrescentada a graça. A natureza é agora definida pela não natureza (a graça) que perdeu, do mesmo modo que a nudez é definida pela não nudez (a veste), da qual foi despida. (AGAMBEN, 2015, p. 107).

Por fim, o teórico enfatiza que “uma pesquisa séria deve compreender e neutralizar o dispositivo que produziu o problema da nudez” (AGAMBEN, 2015, p. 102). Isso leva a abordar a proibição da nudez no *Facebook*, uma das forças estruturantes dos discursos analisados por este trabalho. Na seção denominada “Padrões da Comunidade”¹⁷, a plataforma informa que restringiu “a exibição de nudez pois alguns públicos da nossa comunidade global podem ser mais sensíveis a esse tipo de conteúdo, principalmente devido à bagagem cultural ou idade”. O texto diz, ainda, que são removidas

fotos de pessoas exibindo órgãos genitais ou com foco em nádegas totalmente expostas. Também restringimos algumas imagens de seios que mostram os mamilos, mas sempre permitimos fotos de mulheres ativamente engajadas na importância da amamentação ou mostrando os seios após uma mastectomia. Também permitimos fotos de pinturas, esculturas e outras obras de arte que retratem figuras nuas. As restrições relativas à exibição de nudez e de atividade sexual também se estendem aos conteúdos digitais, exceto quando a publicação do conteúdo se der por motivos educativos, humorísticos ou satíricos. *Imagens explícitas de relações sexuais são proibidas* (grifo nosso). Descrições de atos sexuais que exponham detalhes muito vívidos podem também ser removidos.

Diversos apontamentos cabem a partir dessas diretrizes. Um deles faz referência ao retorno do *Facebook* em publicar atos de amamentação ou campanhas para prevenção do câncer de mama, após diversos casos de fotos bloqueadas (SIBILIA, 2015). Em uma análise mais aprofundada, a plataforma compreende a não pornificação de mamilos (femininos) quando estão atrelados à bebês ou doenças. Ainda, destaca-se a proibição a imagens explícitas de relações sexuais. A única explicação para a censura é o respeito à bagagem cultural ou idade dos usuários, sem menção à possibilidade de filtro parental ou mesmo da aplicação de regras de conteúdo pelos próprios usuários.

Como visto anteriormente, o conceito de família e sua proteção orientam parte do controle imposto aos padrões de sexualidade e nudez. Bauman (1997) afirma que, no

¹⁷ <https://www.Facebook.com/communitystandards/#nudity>

século passado, o Ocidente passou por uma segunda revolução sexual – a primeira é a da contingência sexual a partir do modelo de família vitoriana. “Testemunhamos, hoje, uma gradual, mas aparentemente inexorável, desintegração (ou, ao menos, considerável enfraquecimento) do outrora sacrossanto e imperturbável ‘ninho familiar’” (1997, p. 183). Para ele, o correlato cultural desse processo é um “descascar” do envolvimento romântico do amor erótico e que desnuda a substância sexual. No entanto, ele ressalta que isso não é equivalente à emancipação sexual. “Como antes, o sexo *tem uma função*; como antes, é *instrumental*, só a função mudou, assim como a natureza do processo em que o sexo *redispósito* desempenha seu papel instrumental” (1997, p. 183, grifo do autor).

Bauman (1997) reitera que essas transformações atuais não são uma aventura histórica que acontece só ao sexo, mas parte integrante de uma mudança social muito mais ampla e completa. Ele refere que, se há 200 anos, profundas mudanças nos padrões sexuais associaram-se à construção do sistema panóptico de integração e controle social, hoje, mudanças igualmente profundas acompanham a dissimulação desse sistema: “um processo de *desregulamentação* e *privatização* do controle, da organização do espaço e dos problemas de identidade” (1997, p. 183). Bauman frisa que o sexo, hoje, está transferido para o universo das experiências. “Se a primeira revolução dispunha a atividade sexual como a medida de conformidade com as normas socialmente promovidas, a segunda a redispunha como o critério de adequação individual e aptidão corporal” (1997, p. 184). E esses dois critérios, para ele, são os maiores mecanismos de autocontrole. O sexo saiu da casa familiar para a rua; dele, nada resulta, salvo o próprio sexo e as sensações que o acompanham (BAUMAN, 1997).

Bauman (1997) acredita que o sexo está sendo completamente purificado de todas as “poluições” e corpos “estranhos”, tais como obrigações assumidas, laços protegidos, direitos adquiridos. No entanto, há que se ponderar que essa purificação ainda está em fase de conformação, já que a sociedade segue registrando feminicídios (quando a mulher é morta por violência doméstica, vítima de sentimento de posse), homofobia e mesmo iniciativas como a “Escolas de Princesas”¹⁸, que promove cursos dedicados a meninas e adolescentes até 15 anos que apresentam conteúdo como etiqueta e estética para um bom casamento, além de módulos específicos sobre castidade, corte, costura, culinária básica, etc.

¹⁸ Disponível no site da Escola de Princesas, <http://escoladeprincesas.net/ws/>.

Garlick (2011) entende que estaríamos em uma “sociedade hipersexual”, especialmente em relação à cultura. “O ímpeto para esses diagnósticos é uma forte sensação de que o sexo entrou agora no *mainstream* da cultura popular ocidental contemporânea” (2011, p. 222, tradução nossa). A presença do sexo na publicidade, na televisão e em outros meios reflete o advento de uma “cultura de strip-tease” baseada nos imperativos da confissão sexual e autorrevelação e se tornou uma dimensão-chave das relações sociais e da cultura comercial, afirma. Garlick acredita que essa poderia ser uma terceira revolução sexual¹⁹, cujo elemento central é a internet e a proliferação de várias formas de cibersexo. “As representações sexuais sempre estiveram intimamente ligadas aos desenvolvimentos da tecnologia [...] e o avanço das tecnologias digitais e da internet permitiu uma vasta expansão da pornografia online” (2011, p. 222, tradução nossa).

Nessa perspectiva, segundo o autor, a pornografia funciona como uma forma de crítica cultural, na medida em que transgride as convenções sociais. Embora existam feminismos altamente críticos à pornografia, como será explanado adiante, “o surgimento de formas mais diversas de *netporn* desafia condenações radicais à medida que novas economias sexuais começam a tomar forma através de interações sociais em rede” (2011, p. 222, tradução nossa).

O autor aponta que a questão não é tanto o impacto da pornografia em nossa vida sexual “real”, mas o fato de que ela é uma parte cada vez mais significativa dessa realidade e essa situação exige um movimento além de posições pró ou antipornô para uma abordagem que é sensível às complicadas relações que mantêm entre sexualidade, pornografia e relações de gênero na cultura contemporânea (2011). É para esse sentido que esta pesquisa pretende avançar.

Para Garlick (2011), as primeiras tentativas de censura podem ser vistas como não tão preocupadas com a representação explícita do sexo em si, mas com a ameaça que a pornografia coloca à ordem social. Por ordem social, pode-se compreender as estruturas de poder capitalístico. A internet, portanto, é simplesmente o meio mais recente pelo qual as representações sexuais são produzidas e consumidas. Para ele, a questão é se as novas

¹⁹ A primeira revolução sexual ocorre a partir da ampliação da população urbana no século XVIII e a redução da disciplina pública sexual, quando a legislação britânica deixou de punir com a morte homens e mulheres que haviam tido relações extraconjugais. O contexto que levou a isso tem, em suas bases, a Guerra Civil de 1649, a revolução de 1688, a divisão de religiões cristãs e o crescimento das urbes. Essas radicais alterações legais se desenvolvem ao longo dos séculos seguintes, incluindo os Estados Unidos e Rússia no seu espectro – na Rússia, até a revolução de 1917, o homem era, por lei, obrigado a amar sua esposa, e a mulher que não fosse submissa ao marido deveria ser publicamente punida (DABHOIWALA, 2012). Por sua vez, considera-se como segunda revolução sexual a invenção da pílula anticoncepcional.

formas de rede representam apenas um outro ambiente para a cooptação da sexualidade a fim de reforçar as desigualdades de gênero, racial, orientação sexual e econômica, ou, alternativamente, disponibilizar antagonismos sociais para análise, crítica e possível mudança. Nesse contexto, cabe discutir o papel da pornografia ao longo dos séculos e como ela se moldou aos sabores do capitalismo.

Isto posto, a pornografia pode ser uma das válvulas de escape à sociedade de controle conceituada por Foucault (1999, 1998, 1999, 2005) e revisitada por Deleuze (1992), que obteve popularidade e adesão por se moldar aos padrões econômicos e culturais com o avançar das décadas e tecnologias. Como bem expôs Garlick (2011), é uma questão, essencialmente, de consumo.

O surgimento da palavra “pornografia” está atrelado à descoberta de objetos de arte romanos nas ruínas de Pompeia e Herculano, na Itália, que foram compilados no “Gabinete Secreto”, no Museu Arqueológico Nacional de Nápoles, em 1821. Eles foram encarcerados na “Coleção Pornográfica” para evitar o acesso especialmente dos jovens e mulheres. A comercialização de artefatos de cunho pornográfico iniciou, segundo Sarracino e Scott (2008), em meados dos séculos XVII e XVIII, com a venda de panfletos chamados *chapbooks* (folhetos baratos de papel feitos a partir de gravuras entalhadas em madeira, inicialmente), contendo piadas, caricaturas e desenhos obscenos.

Para os teóricos, há um ponto de vista essencialmente puritano sobre a sensualidade e o sexo já nessa época, especialmente porque os *chapbooks* eram produzidos e vendidos clandestinamente, conforme apontam Sarracino e Scott (2008). A única diferença entre os puritanos e os pornógrafos, para os autores, é que, a partir do mesmo ponto de partida, eles vão em direções opostas. “A pornografia revela o que o puritanismo rejeita” (SARRACINO; SCOTT, 2008). Aqui, cabe uma pausa para explicar um pouco sobre o puritanismo, movimento político-religioso de confissão calvinista, que, segundo Leites (1979), santificava o desejo erótico dentro do amor conjugal. Conforme ele, para os puritanos, marido e esposa devem ser melhores amigos; amizade e romance erótico vão de mãos dadas (1979). Sendo assim, o puritanismo recusa o erotismo fora do casamento, enquanto que os pornógrafos entendem que o ato de ver pornografia é algo individual e, mais tardiamente, também uma prática conjugal.

O surgimento da indústria pornográfica norte-americana é uma das mudanças capitaneadas pela Guerra de Secessão (entre 1861 e 1865), quando se tornou possível tecnologicamente produzir, de forma barata e rápida, cópias múltiplas de uma fotografia. Empresas de Nova Iorque enviaram panfletos e catálogos aos soldados detalhando os seus

produtos: fotografias de prostitutas parisienses, preservativos, consolos e até mesmo fotografias em miniatura eram comercializados nessa época (SARRACINO; SCOTT, 2008).

Assim, surgia uma nova indústria, e muito dinheiro estava mudando de mãos. Conforme Sarracino e Scott (2008), tanto material obsceno estava passando pelo correio norte-americano que a Lei de Alfândega de 1842, que continha a primeira legislação federal antiobscenidade, foi reforçada em 1857. Em 1865, em uma tentativa de verificar a inundação de pornografia desencadeada pela Guerra da Secessão, um estatuto federal proibiu o uso do correio para enviar livros e imagens obscenas. Após a guerra, moralistas conseguiram a aprovação da Lei Comstock de 1873, tornando ilegal o comércio de “literatura obscena e artigos de uso imoral” (SARRACINO; SCOTT, 2008). Assim, a pornografia norte-americana prosperou na clandestinidade, até ser, progressivamente, retirada do campo do ilegal. Ao longo do século XX, ela foi o cerne de negócios corporativos em Nova York, Chicago e Los Angeles. Na virada do século XXI, os ganhos anuais foram estimados em US\$ 14 bilhões (SARRACINO; SCOTT, 2008).

A indústria pornográfica acompanhou o desenvolvimento midiático e progrediu, de imagens estáticas aos filmes em movimento. Assim, Eugène Pirou e Albert Kirchner produziram, em 1896 (um ano depois da primeira exibição de uma imagem em movimento), “*Le Coucher de la Mariée*” (A Hora de Dormir da Noiva), considerado o primeiro filme pornográfico. São 3min08seg de uma cena em um único plano filmada em um quarto de dormir. O casal, vestido de noiva e noivo, estava nas preparações para sua primeira noite de núpcias. O homem tenta começar a tirar as roupas da mulher, que o repele sorrindo. Ele sugere, então, que ela tire a roupa enquanto ele a espera do outro lado de um biombo, lendo jornal e, por vezes, tentando espiá-la. Ela tira cinco peças de roupas e fica somente com o que seria uma grande camisola, que estava por baixo – a mulher demonstra vigorosamente o alívio ao tirar o espartilho. Depois disso, pega o buquê de flores e chama o noivo para o seu lado do biombo e termina a cena. A atriz tem sempre um tom confessional em relação ao espectador – ela mantém contato com a audiência por diversas vezes – que vê tudo enquanto o noivo é alijado do strip-tease. Ao final, a mulher olha para a câmera e faz um sinal de não com a mão, o que encerra a narrativa.

Isolando-se o fato de que mais de um século distancia *Le Coucher de la Mariée* e as transmissões ao vivo das *SuicideGirls* no *Facebook*, há semelhanças nas performances. A protagonista dialoga diretamente com o espectador, mas não mostra partes íntimas; a

trama provoca um sentimento de pertencimento à cena por parte do espectador e o filme todo se dá em um ambiente residencial (Figura 4).

Figura 4 - Cena em que a atriz olha diretamente para o espectador



Fonte: <https://www.YouTube.com/watch?v=cy9hfJ-YAE8>

Esse é um dos filmes considerados como *stag films* ou *smokers*, que, conforme Linda Williams (1989), são um tipo de filme pornográfico produzido clandestinamente, de curta duração (até 15 minutos), mudos, apresentados em fraternidades, teatros de vaudeville ou bordeis. Ainda hoje, são encontradas produções cinematográficas *vintage* nesse estilo. Cabe ressaltar que esse desejo de interação entre espectador e protagonista, que se vê nos *stag films* antigos e atuais, é algo potencializado na *netporn*. Assim como existe o desejo de interação do espectador, há uma dimensão da interatividade no mostrar-se, dirigir-se à câmera por parte dos atores. Esse desejo de interação, portanto, pode ser pensado como algo anterior à *netporn*.

Com o desenvolvimento da indústria cinematográfica, surgiram, também, as estrelas pornô que, por um processo de *mainstreaming* do pornô, passaram a ter seus modos de vida e estética adaptados pelo capitalismo para o consumo das massas.

Tornaram-se como nós e nós, por sua vez, viemos a imitar o modo como se vestiam, falavam e se comportavam sexualmente. Nossas identidades fundiram-se de tal forma que o que fora marginalizado e estigmatizado

tornou-se a norma. (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 10, tradução nossa).

O processo de *mainstreaming* da pornografia foi possível, segundo Sarracino e Scott (2008), graças a Hugh Hefner, fundador da Revista Playboy. Até sua primeira publicação, em 1953, a pornografia era de baixo padrão – contos estranhos impressos em papel barato, com fotografias granuladas de prostitutas, mulheres alcoólicas e viciadas em drogas, vitimadas por cafetões brutais. “A marginalização das mulheres e dos homens nas fotografias era evidente nas apresentações da indústria pornográfica ilegal” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 10-11, tradução nossa). Mas a Playboy trouxe uma pornografia *soft core*.

Este estudo compreende a pornografia *soft core* (ou *soft porn*) de acordo com os termos de Linda Williams (1989, 2014), que o define como as manifestações ou performances em que não há penetração de pênis ou outros instrumentos em cavidades, sejam elas humanas ou de objetos, bem como não há ejaculação – o que Feona Attwood (2007) irá chamar em contextos fílmicos de *money shot*.

Na Playboy, Hefner imitou revistas de prestígio como *The Saturday Evening Post* e *The New Yorker* na qualidade do papel e formatação sofisticada, publicando apenas os melhores escritores e fotógrafos. “Mais importante ainda, ele fez fotos seminuas e nuas da ‘garota ao lado’ – uma garota americana que, num perfil típico, gostava de longas caminhadas na praia, tocando violão. Cabe ressaltar que esse desejo de interação do espectador, que se vê nos *stag films*, compartilhando uma garrafa de vinho com uma vela com alguém especial” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 11, tradução nossa). Os autores pontuam que o elemento principal do *mainstreaming* do pornô é que ele entra no mundo em que os leitores e espectadores habitam ou gostariam de habitar. “No caso da Playboy, os leitores folheavam as páginas de fotografias deslumbrantes de meninas saudáveis, lindas, misturadas com informações sobre equipamentos de som, apartamentos da moda e carros esportivos” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 11-12, tradução nossa). Sarracino e Scott (2008) lembram que as entrevistas da Playboy, com figuras ilustres e importantes pensadores do mundo todo, acrescentavam o elemento de realização intelectual à aquisição material.

Com esse flanco aberto pela Playboy, surgiu, na conjuntura que Sarracino e Scott entendem por elevação do contexto social da pornografia o filme *Garganta Profunda*, de 1972. Abandonando o formato *stag film*, a película estrelou Linda Lovelace. Em vez de 15 minutos em um rolo de 8 milímetros, *Garganta Profunda* traz uma hora e meia de

filme, com roteiro, personagens e enredo, mas todo o sexo esperado em um *stag*. “Era, em outras palavras, em todos os seus elementos básicos, um filme de Hollywood, mas com a característica adicionada de abundância de pornografia” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 13, tradução nossa). Linda Lovelace apareceu em um extenso *layout* fotográfico de Richard Fegley na Playboy em abril de 1973 e, no mês seguinte, na capa da revista Esquire, em um vestido de bolinhas comportadamente abotoado, com luvas brancas e chapéu redondo. Ela apresentou-se, assim, como “a garota ao lado”. Sarracino e Scott indicam a ocorrência desse processo de massificação de Garganta Profunda a partir das resenhas de críticos respeitados de cinema, como Richard Corliss, que escreveu que o filme mostrava um pornô chique. “Até quadrinhos feitos por Johnny Carson e Bob Hope, ícones culturais, que em 1972 fizeram piadas sobre o Garganta Profunda, conferindo uma espécie de bênção ao filme, legitimando-o tacitamente e sedimentando seu lugar no mundo” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 17, tradução nossa).

Três anos depois, foi lançado o primeiro videocassete, o que inaugura o consumo de filmes (inclusive os pornôs) em casa. Com a chegada do sistema de TV por cabo, a partir da década de 1990, surgiram os canais como Vivid, Spice Channel, Playboy Channel, Sexy Hot, entre tantos outros, o que dispensava ir a uma videolocadora.

Em 1997²⁰, por exemplo, era possível assistir filmes pornô em casa a partir dos seguintes canais na TV por cabo no Brasil: Canal Adulto, Playboy TV, Adultvision, Sexy Hot, Madrugada Sexy (TV Gazeta, aberta e por cabo), Sexytime (Multishow), Summernight (Shoptime). “Desse modo, a aquisição de pornografia tornou-se rápida e fácil, um passo crítico em sua desmaterialização” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 18, tradução nossa).

Há, assim, uma ampliação da facilidade e do consumo de pornografia sem sair de casa. Isso é explicado por Linda Williams (1989) pelo prazer pelo conhecimento sobre a sexualidade a que Foucault se refere. Ela explica: “a ideia de Foucault [...] de que os prazeres do corpo não existem em oposição imutável a um controle e poder repressivo, mas produzidas dentro de configurações de poder que colocam prazeres em uso particular” (WILLIAMS, 1989, p. 03, tradução nossa).

Na pornografia *hard core* propriamente dita, o prazer pelo conhecimento opera em diferentes maneiras e estágios da história do gênero: privilegiar *close-ups* de partes do corpo em relação a outras tomadas, iluminar genitais que, no *soft porn* não

²⁰ http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/10/05/tv_folha/15.html

apareceriam, selecionar posições sexuais que mostrem a maioria dos corpos e órgãos, e a criação do que Linda Williams (1989) chama de “convenções genéricas” como a variedade de “números sexuais”: a ejaculação masculina externa, algo extremamente importante para os longas-metragens. O crescimento narrativo do cinema, dos *stag films* à fetichização do corpo feminino das produções pornográficas, canaliza a vontade masculina do conhecimento. Mas, segundo Linda Williams, em contraste com a narrativa fictícia convencional e a falta de direção do *soft core*, o *hard core* tenta não jogar esconde-esconde com os homens ou os corpos femininos. “Busca obsessivamente o conhecimento, através de um registro *voyeurista* de paroxismo confessional, involuntário, da própria coisa” (WILLIAMS, 1989, p. 49, tradução nossa).

Como bem frisa Linda Williams (1989), a diferença entre os longas-metragens e os *stag films* ou curta metragens é uma maior coesão narrativa como um todo e dos “números sexuais”, contendo dramas completos de excitação, clímax e satisfação (geralmente) que permitem tanto aos personagens (masculinos) do filme quanto aos telespectadores “saírem satisfeitos”. Segundo ela, o filme narrativo *hard core* contém o que ela descreve como “plano carnal”, um *close-up* de penetração que mostra que a atividade sexual *hard core* está ocorrendo. Em manuais que circulam desde 1977 para os que desejam se tornar produtores de filmes pornô, uma condição *sine qua non* do *hard core* longa-metragem é a necessidade de mostrar ejaculação externa como o clímax final, chamado pelos pornógrafos de *money shot*.

Attwood enquadra as *SuicideGirls* em um plano oposto, em que não há o *money shot*, mas segue as considerando como modelos de um site pornô. Para ela, as *SuicideGirls* “podem ser entendidas em um contexto mais amplo no qual os limites entre a representação sexual e a autoapresentação são cada vez mais borrados e onde o comércio é cada vez mais parte da forma como a identidade e a comunidade são produzidas” (ATTWOOD, 2007, p. 441, tradução nossa). Para ela, esse processo de democratização da pornografia encabeçado pelo poder capitalístico desafia as estruturas existentes para representar o sexo. “A migração de pornografia para a internet não só complica os modelos existentes de produção e consumo cultural, mas torna muito mais difícil classificar o que é e o que não é sexo comercial” (ATTWOOD, 2007, p. 442, tradução nossa).

Attwood (2007) aponta que, no site *SuicideGirls*, por não haver o *money shot*, o sexo é colocado em um contexto cultural muito mais amplo do que em sites pornográficos mais comuns. Para ela, a pornografia é capaz de ocupar seu lugar ao lado de outras formas

de cultura e subcultura, tornando-se um foco para o envolvimento na construção de comunidades e cultura, caso do objeto empírico deste estudo. A pesquisadora enfatiza que o site comporta a produção e o consumo econômico e cultural do sexo, o que também denota relações de comunidade (ATTWOOD, 2007, p. 445, tradução nossa).

Ela indica que a fórmula do sucesso do *SuicideGirls* é trabalhar com a sensibilidade sexual de um público que tradicionalmente foi negligenciado pela pornografia: os jovens e as mulheres (ATTWOOD, 2007, p. 445, tradução nossa). Para tanto, adota imagens híbridas de moda convencional e *pin-ups* pornô *soft* mais ‘limpas’ em comparação com a maioria da pornografia comercial online. “Esta ‘limpeza’ relaciona-se tanto com o conteúdo quanto com o estilo, a falta de ênfase em um corpo pornô ‘sujo’ que está disponível para a penetração, as configurações elegantes e a alta qualidade de produção das fotos” (ATTWOOD, 2007, p. 446, tradução nossa). Assim, estabelece-se um efeito de “elegância” para as representações das modelos, algo que aparece nos discursos das participantes desta pesquisa. “É essencial, para expressar o valor estético, que se estabeleça uma diferença do *SuicideGirls* em relação a outras formas de representação sexual e sua comunidade de outros grupos de consumidores de pornografia” (ATTWOOD, 2007, p. 446, tradução nossa). Assim, segundo Attwood (2007), instaura-se um estilo feminino natural, *clean*, com tatuagens refinadas em jovens sofisticadas, que exalam individualidade. “A combinação de sinais nas imagens compor um conjunto de significados – juventude, transgressão, afluência, desempenho, exibição diária, sexual e autonomia” (ATTWOOD, 2007, p. 446, tradução nossa).

Assim, conforme a autora, essa mistura de categorias na rotulagem da imagem mostra como a estética de pornô alternativo é construída como um híbrido, o que combina as conotações pornográficas da sensualidade e da abundância física com conotações culturais de beleza, glamour e transcendência. Ao usar como exemplo o ensaio de uma *SuicideGirl*, Mary, ela explica que a garota funciona não apenas como “estrela pornô”, mas como uma beleza clássica, um ícone único, microcelebridade, integrante de uma subcultura e modelo.

Ainda, Attwood (2007) destaca que o site atua na “domesticação” da pornografia que retrata o consumo de algumas representações sexualmente explícitas como um marcador de distinção, sofisticação e gosto. “A estética *SuicideGirls* também envolve a reciclagem de códigos e convenções de imagens subculturais, retrôs e contemporâneas” (ATTWOOD, 2007, p. 448, tradução nossa). Para tanto, segundo ela, a empresa aposta no consumo cultural de jovens, escolarizados e cosmopolitas com gostos derivados do

punk e do *riot grrrl* (ATTWOOD, 2007). E enfatiza: as mulheres que aparecem no *SuicideGirls* podem tornar-se “microcelebridades” (ATTWOOD, 2007).

Assim, para os assinantes do site, a autora entende que a empresa apresenta o pornô de forma que se encaixe em suas práticas existentes de consumo de mídia. Isso, segundo ela, faz parte de uma “reconfiguração da vida erótica” em que o sexo e o comércio são combinados (ATTWOOD, 2007). Dessa forma, são desfocadas as fronteiras entre pornografia e outras estéticas, entre formas de sexo comerciais e não comerciais, entre consumo e comunidade e entre sexo como representação e autoapresentação, recreação e relação. O *SuicideGirls* “levanta novas questões sobre o que queremos dizer com sexo comercial e como podemos desenvolver seu estudo” (ATTWOOD, 2007, p. 453, tradução nossa).

Esse novo e complexo formato de produção e consumo do pornô online tem seus reflexos na indústria offline. Reportagem da NBC²¹ de 14 de janeiro de 2014, último ano em que foi publicado balanço financeiro do setor, apontou que a indústria, no mundo, movimentou US\$ 97 bilhões, cerca de US\$ 10 bilhões apenas nos Estados Unidos – uma queda de US\$ 2,6 bilhões em nove anos. O maior vilão dessa indústria: pirataria e conteúdo online grátis, ao vivo e em abundância.

Antes mesmo da internet existir com a interface com a qual estamos habituados, a pornografia já estava lá. Conforme Susanna Paasonen (2011), o pornô foi popular nos sistemas de boletim informativo pré-web (*Bulletin Board System*, as BBSs, surgidas em 16 de fevereiro de 1978, em Chicago, para descarregar e enviar *software* e dados, ler notícias, trocar mensagens com outros utilizadores, participar em fóruns de discussão, conversar com outros utilizadores, jogar online). Os BBSs tiveram seus anos áureos entre o fim da década de 1970 e meados da década de 1990. Ainda de acordo com Paasonen (2011), a pornografia também era comum nos grupos de notícias Usenet, onde as pessoas compartilhavam imagens de revistas digitalizadas e distribuíam seu próprio pornô amador caseiro.

A fácil usabilidade da *World Wide Web*, especialmente desde que o navegador Netscape foi introduzido em 1994, marcou uma nova forma de distribuição e aceitação da pornografia. “O consumo de pornografia online não requer visitas a lojas especializadas e a gama de produtos oferecidos é mais ampla do que em qualquer loja convencional” (PAASONEN, 2011, p. 35, tradução nossa). O consumo de pornografia

²¹ <http://www.cnn.com/2014/01/13/after-rough-2013-porn-studios-look-for-a-better-year.html>

online é anônimo e privado, o material está disponível em abundância, e novos nichos e subcategorias parecem “brotar” da noite para o dia. Nenhuma revista ou fita precisa ser escondida do olhar curioso e, muitas vezes, desaprovador dos outros. Em vez disso, é preciso se preocupar com o histórico, cache e marcadores do navegador, arquivos salvos em discos rígidos e números de cartão de crédito armazenados em bancos de dados (PAASONEN, 2011).

Se a *netporn* é um dos algozes da indústria pornográfica offline, ela também é geradora de desenvolvimento para a internet como um todo. É o que defende Paasonen (2011). Para a autora, o volume e a popularidade do pornô online beneficiaram os prestadores de serviços e as empresas que comercializam conexões de banda larga e desenvolvem software.

As necessidades do setor de pornografia têm impulsionado o desenvolvimento de tecnologias da Web e práticas comerciais, tais como serviços de hospedagem, processamento de cartão de crédito seguro, propagandas publicitárias, pop-ups, promoções na Web, captura de mouse (o que impede os usuários de sair de um site), e tecnologia de transmissão de vídeo. (PAASONEN, 2011, p. 33, tradução nossa).

Ainda conforme a autora (2011), os discursos da sociedade da informação e os debates acadêmicos sobre culturas online tendem a considerar a pornografia como um fenômeno anômalo ou um problema social associado ao desvio, ao vício, ao ilógico e à falta de controle. “A aversão geral com a qual a pornografia é tratada reflete valores e normas anexados à internet, seus usos e seus usuários” (PAASONEN, 2011, p. 34, tradução nossa). Para Paasonen, a figura de um cidadão racional, “intenso em informações”, que usa redes de informação para recuperação e troca de dados, é difícil de equilibrar com a estimulação e os sentimentos masturbatórios associados à pornografia online.

Mas, como diz o jargão, “se não pode vencê-los, junte-se a eles”. Assim como o que ocorreu a partir da invenção do cinema, no final do século XIX, os pornógrafos entenderam, na primeira década do século XXI, que teriam de ingressar no novo modelo econômico se quisessem sobreviver. Conforme reportagem do Los Angeles Times²² publicada em 19 de abril de 2016, a Vivid iniciaria, no mês seguinte, a venda de filmes por meio de *download* ao preço de U\$ 19,95 – incluindo todo o conteúdo dos DVDs vendidos no mercado offline. Na mesma matéria, Paul Saffo, diretor do Instituto pelo

²² http://msl1.mit.edu/furdlog/docs/latimes/2006-04-19_latimes_porn_distribution.pdf

Futuro de Palo Alto, afirmou que a pornografia é estimuladora de novas mídias. Ele ainda aponta que, se uma empresa está tentando inserir no mercado alguma nova tecnologia, ela deve ir em particular e, secretamente, rezar para que a indústria pornô goste e adote essa novidade. A internet resolve dois problemas da indústria pornográfica: distribuição e privacidade. “Essas são as duas razões pelas quais sempre estaremos na vanguarda”, afirmou o copresidente da Vivid, Bill Asher, na mesma reportagem.

Shah (2005) define a *netporn* como uma categoria de pornografia que é estruturada dentro do ciberespaço e herda as características do meio no qual ela é produzida. O pesquisador pondera que os primeiros sinais de reconhecimento da *netporn* vêm de outros espaços. Em 24 de setembro de 2003, lembra Shah, o MSN (serviço de chat da Microsoft) anunciou o fechamento de suas salas de bate-papo sob alegação de que fóruns foram utilizados para “atos sexuais ilegais” (SHAH, 2005, p. 34, tradução nossa). Para Shah (2005), enquanto que a pornografia cinematográfica é demarcada por convenções de enquadramento, performance e narrativa (assim como a pornografia de imagens estáticas, como as revistas Playboy ou Penthouse), a *netporn* é constituída em interações – apesar de haver o desejo de interação desde os *stag films*, como este estudo abordou anteriormente). Mesmo que os serviços de telessexo – altamente conhecidos nas décadas de 1980 e 1990 e, inclusive, tema de comédias românticas “água-com-açúcar” como *Idas e Vindas do Amor* (2010) – sejam baseados na interação, é somente com a internet, segundo Shah (2005), que essas interações são vistas de fato como produtos de natureza pornográfica.

A *Netporn* pode então ser localizada separadamente da proliferação de material pornográfico na internet. Ela está alojada nas interações que ocorrem dentro de ciberespaços em diferentes plataformas, como IRC, MUDs e blogs. A *Netporn* não é apenas um produto de ciberespaços, mas também se torna a característica visível da maioria dos ciberespaços. (SHAH, 2005, p. 35, tradução nossa).

Se, para Shah (2005), a pornografia é um produto reificado em que as noções de sexo, sexualidade, moralidade, obscenidade, vulgaridade e prurido convergem para produzir a “coisa” que identificamos como pornografia, “no mundo virtual, o objeto reificado é, na verdade, efêmero por natureza, levando assim a uma nova definição de artefatos da internet” (SHAH, 2005, p. 32, tradução nossa). Com a *netporn*, “os artistas e o público são as mesmas pessoas [...] A ação se torna um fim em si mesma e esta é uma característica que é comum em ciberespaços interativos” (SHAH, 2005, p. 35, tradução nossa). Para o autor, a *netporn* parece encorajar uma volta narcisista em que a encarnação

de nossos desejos somos nós mesmos e sites como *DefyCategory.com*, por exemplo, provaram que o performer na frente da *webcam* é um espectador como qualquer outro.

Embora a pornografia no cinema e formas anteriores esteja tão predisposta ao corpo, a *Netporn* é essencialmente uma pornografia desencarnada. Devido à própria natureza da pornografia interativa, o valor pornográfico da produção não é sobre gratificação, mas sobre a projeção dessa gratificação. (SHAH, 2005, p. 35, tradução nossa).

Pode-se compreender, a partir disso, que esse tipo de pornografia se dá de acordo com os padrões da economia virtual, em que *likes*, compartilhamentos e comentários são monetizáveis. Assim, Shah (2005) acredita que essa severa ruptura com as noções de corpo é definitivamente uma característica única da *netporn*. “Há, portanto, duas maneiras de entender a *Netporn*: através da grade de experiência, em que o usuário tem permissão para reconhecer o eu despido, e a realização da publicidade do *self*, quando a persona virtual do usuário é mapeada no corpo físico do usuário” (SHAH, 2005, p. 39, tradução nossa). A participação, defende ele, precisa ser entendida como elemento de encorajamento no processo de despojamento do eu que acontece nesses ambientes, de acordo com o pesquisador. O autor acrescenta que a maioria dos usuários que vão ao ciberespaço à procura de pornografia também se torna produtor de pornografia interativa. Para ele (2005), mais do que os órgãos legisladores ou teóricos, são os usuários que definiram a *netporn* nos espaços interativos e os exploraram para escapar da visão panóptica de um aparelho de Estado intermitente.

Dessa forma, a rede de pornô online seria formada, inicialmente, pela esfera de interação que emerge das práticas de blogs (SHAH, 2005). O pesquisador ainda frisa que a *netporn* não está localizada no material disponível na rede, mas na maneira como os usuários implantam a tecnologia em suas interações entre si; essas interações são tríplices: humano para humano, humano para máquina e máquina para humano.

Patterson (2004) entende que a *netporn* apresenta uma série de novos problemas para a investigação sobre a dimensão corporal da pornografia. Ela entende que, para investigar a pornografia na internet, é preciso considerar que “a organização dos discursos pornográficos funciona para governar, se não abertamente disciplinar, os seus alvos” (PATTERSON, 2004, p. 106, tradução nossa).

Os metasites massivos de *netporn* são organizados para oferecer uma mediação de massa quase instantânea (ou instantânea, se levarmos em consideração o *streaming* de vídeo ao vivo) e disseminação de representações sexuais. Essa riqueza de imagens parece oferecer, na verdade, um caráter verdadeiramente emancipatório, permitindo que os sujeitos projetem seus *selfs* virtuais em uma variedade aparentemente imensa de cenários e ambientes e encarnem um número infinito de

posições de sujeito, papéis e desejos livremente escolhidos. (PATTERSON, 2004, p. 106, tradução nossa)

Patterson (2004) frisa que esse é um ambiente no qual o desejo e a posição do sujeito são produzidos por “verdades” do eu através de um discurso de categorização e classificação. Para ela, o aparato tecnológico do computador (e demais *gadgets*) é um problema de cunho disciplinar foucaultiano sobre a imbricação entre o corpo humano e o aparato digital. Considerando o fato que, para que exista pornografia, é necessária a representação de situações sexuais para um observador, as transmissões ao vivo parecem ser invocadas pela interação – isto é, quando houver uma conversação entre prossumidores (consumidores que também produzem conteúdo) e transmissores. Essa interação, por sua vez, só é possível a partir da existência de objetos materiais específicos, que irão determinar a maneira com a qual os corpos e a internet se envolvem. “No curso dessa interação, práticas repetitivas concretizam em uma particular cadeia de citação, que se encaixa tanto no interior como no geral” (PATTERSON, 2004, p. 107, tradução nossa). Com isso, Patterson (2004) quer inferir que as tecnologias representacionais, como o computador, *tablets* e *smartphones*, obedecem à uma lógica própria através das representações que elas mostram e das maneiras pelas quais elas, de forma latente, envolvem os corpos humanos. Para ela, isso sugere não somente que os hábitos de olhar *netporn* são constitutivos da experiência de ver as imagens como elas mesmas, mas, da mesma forma, que “esses hábitos de olhar insistem em inscrever relações de poder e relacionamentos sociais diretamente no corpo do sujeito através do gesto e da repetição” (PATTERSON, 2004, p. 108, tradução nossa).

Interessante destacar que Patterson (2004) entende que a *netporn* confere um novo padrão de procedimentos em relação ao consumo de pornografia offline, que pode vir ou não carregado de ritos individuais. Procurar o site, escolher o vídeo, clicar no botão de *play*, atualizar a página das *webcams* para recarregar, “os atrasos e frustrações de abrir e fechar janelas – assim como as suposições representacionais desses hábitos – empurram o espectador para um tipo particular de interação com a internet que não só reflete, mas reinscreve as relações sociais” (PATTERSON, 2004, p. 108, tradução nossa).

A autora defende, dessa forma, que análise da pornografia online leve em conta, primordialmente, o aparelho físico através do qual as imagens pornográficas são convertidas (no nosso caso, os *smartphones*) porque os hábitos materiais que ele requer colocam o espectador em um relacionamento com as imagens na *netporn* que difere significativamente da relação do telespectador com outros tipos de pornografia. Patterson

(2004) ainda pondera que existe uma substancial diferença entre ser membro de um site pornô pago e simplesmente buscar por pornografia na internet. Para ela, a partir da perspectiva de um espectador comum, a primeira experiência de procurar pornografia online é, precisamente, carregada de frustração e espera.

A promessa da *netporn* é de imediata gratificação, mas os sistemas tecnológicos da internet, assim como as interfaces de sites pornográficos, necessariamente atrasam: o atraso de fazer login, o atraso de encontrar o site, o atraso de assinar o contrato inicial, o atraso de fazer um perfil e, finalmente, o atraso de selecionar uma imagem, sequência de imagens ou segmento de vídeos até eles aparecerem. (PATTERSON, 2004, p. 109, tradução nossa).

Este, como já referido, é o principal diferencial do objeto empírico desta pesquisa: uma vez que o usuário do *Facebook* curte a página *SuicideGirls*, o conteúdo passa a, automaticamente, aparecer em sua *timeline* – se o usuário clicar em “ver primeiro”, as atualizações da página aparecem no topo. E, sempre que ingressar na página, haverá fotos em destaque e vídeos em reprodução automática, caso essa seja a configuração que o usuário tenha estabelecido. E, se o *gadget* utilizado for um celular ou tablet, ele pode consumir *netporn* – e ser surpreendido por ela quando atualizar sua *timeline* do *Facebook*, por exemplo – na parada de ônibus, no metrô, na fila do banco, no almoço de domingo em família.

Patterson (2004) acredita que a tecnologia dos computadores força uma sequência de ações de espera e procura que vira um hábito. Para a autora, existiria um suposto desejo do espectador de pornografia online por atrasos e adiamentos – para ampliar o prazer após a tão acurada escolha pela melhor imagem. Ela propõe que a estrutura de alguns sites pornográficos parece atender a esse desejo, pois permite que o processo de busca seja como um mergulho em um mar de possibilidades. “Especificamente, os fluxos de imagens e o enorme alcance da seleção que qualquer site pago pode prover tem uma razão, e essa razão parece ser precisamente esse processo” (PATTERSON, 2004, p. 109, tradução nossa). A pesquisadora defende que existe um prazer na busca: projetar o momento da satisfação perfeita e a obtenção da melhor imagem, aquela completamente adequada ao objeto de desejo. Mas, em comparação a essa projetada imagem perfeita, qualquer figura sempre se mostrará inadequada, e então a busca continua.

A imagem perfeita que chega mais perto de se aproximar da desejada continua apenas oferecendo uma satisfação momentânea, segundo Patterson (2004). Ela pondera que imagens próximas às aquelas desejadas podem provocar ansiedade porque elas podem causar o fim da busca na internet. “Mesmo que o espectador saiba que é improvável

encontrar uma melhor, ele continuará seguindo adiante, renunciando aos prazeres do já sabido pelos prazeres do desconhecido” (2004, p. 110, tradução nossa). A autora conta que o usuário constantemente muda para novas imagens – e, nesse processo, novas esperas – em um deslizamento sem fim do desejo pelo qual parte do prazer deriva do hábito da repetição e adiamento.

Patterson (2004) aponta que a mudança de relacionamento entre espectador e objeto inaugurada pela *netporn* aparece mais claramente na categoria de *netporn* amadora. “Além da imediaticidade, a chave interpretativa da internet para a pornografia será o senso de interatividade, o que traz uma noção de espaço compartilhado e um colapso ou desconsideração da distância” (PATTERSON, 2004, p. 110, tradução nossa). Conforme ela, o subgênero “pornô amador” relaciona-se mais significativamente com as oportunidades de interação e autoprodução oferecidas pela internet. Para Patterson (2004), com o pornô online amador heterossexual, estamos assistindo, como em uma placa de petri (receptáculos onde são feitas cultura de bactérias para análise laboratorial), a mudança da natureza dos relacionamentos entre espectador e “mulher-enquanto-espetáculo”.

Mas Patterson (2004) lembra que a pornografia amadora explodiu ainda na década de 1980, com vídeos caseiros de casais fazendo sexo que circulavam no mercado *underground* das fitas VHS e Betamax. O sucesso do gênero fez com que a indústria pornô investisse nesse tipo de vídeo (através da simulação de filmes caseiros), o que elevou a retirada prévia de iluminação descuidada, produções de baixo valor e movimentos de câmera oscilantes. “O frisson central do pornô amador se baseia na articulação de uma certa proximidade da vida do espectador – e o pornô amador online promete fazer essa proximidade ser ainda mais próxima” (PATTERSON, 2004, p. 110-111, tradução nossa).

Mas mesmo em se tratando de um gênero, existem ainda subgêneros de pornografia amadora: a *camgirl* (cuja performance pode ou não ser paga, sobre a qual esta pesquisa discorrerá em seguida), a simulação de vídeos caseiros, e um gradiente entre essas duas possibilidades, no qual se inserem as *SuicideGirls*. Segundo Patterson (2004), nos sites pagos – caso das *SuicideGirls* –, o espectador é encorajado a manter uma relação quase privada com as mulheres através de informações biográficas, diários online, em uma relação ao mesmo tempo real e fantasmática. Segundo Patterson, é a articulação do espaço da privacidade pública que o espectador experimenta, já que os sites criam uma fantasia de acesso privado a uma pessoa.

Esse é um relacionamento baseado e criado através da compra de intimidade, que, por ser em via de mão única, constitui, para além das imagens lascivas em si, uma parte substancial do que vem sendo vendido em sites de pornografia amadora, e conseqüentemente, uma importante parte do que as pessoas procuram para comprar. (PATTERSON, 2004, p. 112, tradução nossa).

No site *Kara's Amateurs*²³ – consultado no dia 28 de março de 2018, a página seguia no ar –, há uma seção descrita como “um dia na vida”, em que as mulheres contam seu cotidiano em detalhes. “O segmento não teatral mostra mais claramente o que está delimitado aqui: a abolição do espetáculo em favor de outros modelos de relacionamento” (PATTERSON, 2004, p. 112, tradução nossa).

Como as cenas são em *streaming*, o espectador não pode voltar o vídeo para ver novamente uma cena, apenas depois que a transmissão já se encerrou e o que está rodando já se torna apenas uma repetição. Para a pesquisadora, a qualidade necessariamente baixa do vídeo em *streaming* torna-se uma garantia adicional de vivacidade e “são atraentes precisamente por causa da intimidade que elas oferecem – um sentimento de presença garantido pelo que é percebido como um relacionamento privilegiado com o real” (PATTERSON, 2004, p. 113, tradução nossa).

Em seu estudo, Patterson conta um trecho de um dia na vida de uma das “amadoras” do site *Kara's Amateurs*, conhecida como Chandler. Ela vai ao sushi com outra pessoa e com a câmera. Parte do tempo ela conversa com a câmera, parte com a pessoa que a acompanha. “A retórica visual dessa sequência mostra ao espectador uma situação entre voyeurismo e endereçamento direto. A mão do acompanhante no saquê – a única coisa que aparece da outra pessoa – é alinhada para a mão do espectador no teclado e no mouse” (PATTERSON, 2004, p. 114, tradução nossa). Segundo ela, o espectador fica mais presente na vida de Chandler do que em uma narrativa convencional de filme – pornô ou não – porque ele é solicitado a participar do espaço. No entanto, ela frisa que o espectador experimenta o prazer da situação em um estado quase robótico, confortavelmente privado da necessidade de ação. “Um segundo tipo de presença ocorre quando ela diretamente fala com a câmera, quando o espectador não entra apenas na tela, mas a figura na tela está presente no espaço dos hábitos do espectador” (PATTERSON, 2004, p. 114, tradução nossa).

Em outra situação, Chandler simula estar recém acordada e ainda na cama, apesar de perfeitamente maquiada, e fala com o espectador. “Olá! Então, você está esperando

²³ <http://karasamateurs.karasxxxadult.com/>

para ir comigo por aí? Eu estou muito ansiosa para que você vá comigo. Eu tenho um monte de coisas para resolver, mas eu quero que você venha e me assista”, diz a jovem. “Você ainda está me assistindo? Veja-me tomar banho... você gosta de me ver? Levantar comigo de manhã?” (PATTERSON, 2004, p. 114, tradução nossa). A autora analisa que o que se dá nessa transmissão online é um encontro, no qual uma substantiva parte da fantasia parece ser o sentimento do espectador de que ele é necessário para a mulher no outro lado da câmera; de que ela precisa do espectador olhando, de maneira que esse olhar ativa seu prazer. “É uma fantasia que, como vimos, emerge do próprio desejo do espectador, da sua carência – e da necessidade de mostrar essa carência” (PATTERSON, 2004, p. 114, tradução nossa). É como se Chandler só existisse por causa do olhar do espectador, e ela precisasse dele, que permite que ela sacie suas próprias vontades.

Isso difere do relacionamento que o espectador desenvolve com um web-exibicionista, porque aqui a relação é sustentada inteiramente pelo espectador. Sua projeção nutre uma visão mais abrangente da mulher enquanto carência, mas, mais diretamente, trabalha para sustentar um relacionamento no qual o espectador e o olhar do espectador são necessários para as imagens no outro lado da tela. (PATTERSON, 2004, p. 114-115, tradução nossa).

Patterson (2004) analisa que não se trata de uma questão de assistir, mas da ilusão de estar lá mesmo sabendo que não se está lá, e, de fato, não existe o lá – em essência, não há realidade além dessa mediação. Importante destacar as considerações do autor do fato de que, no pornô amador, o prazer não é apenas sexual. Essas mulheres fazem tudo – se masturbam e aguem as plantas, passeiam com o cachorro e vão à universidade, e convidam os espectadores a acompanharem-nas. Patterson (2004) pontua que, no pornô amador, essas atividades secundárias se tornam primárias, uma marca crucial de diferença. Isso sugere, para ele, que o processo de intimidade e identificação é cimentado pela identificação somática de quando um corpo experiencia prazer e excitação sexual com outro corpo que está vivendo a mesma coisa – só que através da tela de um computador – “mas as atividades sexuais são um pouco menos importantes que as outras atividades” (PATTERSON, 2004, p. 117, tradução nossa).

A autora sugere a possibilidade de que a sexualidade da pornografia amadora se estabeleça a partir da incitação à identificação subjetiva com a performer, com uma cada vez maior participação na vida dele, e que essa relação se torna um objeto obscuro de desejo. Patterson (2004) acredita que esse relacionamento seja completamente mediado pela tecnologia pela qual o próprio espectador carrega um tipo de carga afetiva.

Conforme pode-se perceber pelos autores carreados nesta pesquisa, a pornografia, que era um comportamento marginal, emergiu como uma prática *mainstream*. Patterson (2004) assegura que a pornografia é prevalente na internet não apenas porque permite a rápida e fácil distribuição e consumo privado de imagens eróticas, mas porque a carga afetiva da pornografia está conectada e redobrada pela internet. “O atrativo da *netporn* começa, em parte, pela atração e fascinação pelo que recebemos com as vastas novas possibilidades de subjetivação que a tecnologia parece oferecer” (PATTERSON, 2004, p. 118, tradução nossa). Ela aponta que não é por acaso que sempre há uma conexão entre a pornografia e os avanços tecnológicos das representações, e especificamente o espaço híbrido da representação nas redes sociais digitais não é uma exceção. A pornografia amadora online, frisa a pesquisadora, nos impele a considerar que o novo espaço híbrido do computador redesenhou os limites que operam em torno do privado ou espaço doméstico. Assim como as televisões ficaram maiores e as salas se transformaram em *home-theaters*, os computadores ficaram menores e mais pessoais.

Essa interface tecnológica está transformando nossa percepção sobre a natureza e divisão do que é privado e do que é público. Essa transformação é chave para entender como e por quê a pornografia na internet substituiu em grande parte as revistas pornográficas, mas também para entender porque as funções computacionais são um espaço de encontro, ou espaço de vivacidade. Esse espaço de vivacidade é gerido a partir das *webcams*, mas também é algo ligado à função que as imagens digitais das câmeras têm prestado na cultura atual. (PATTERSON, 2004, p. 118, tradução nossa).

Desse modo, é possível perceber que, mais do que as câmeras pessoais, as *webcams* modificaram a forma como a pornografia se desenvolveu no cenário comercial (levando-se em conta o conceito de economia do virtual, em que o engajamento nas redes sociais digitais é algo monetizável ou considerado uma moeda em si).

As transmissões ao vivo das *SuicideGirls* pelo *Facebook* podem ser consideradas uma continuidade do objeto de estudo autoetnográfico de Theresa Senft (2008), que aborda uma geração *camgirls* entre 2000 e 2004. Conforme a autora, esse produto surgiu nos anos 1990, especialmente entre mulheres com menos de 40 anos. Por meio de câmeras acopladas ou adaptadas a computadores, as primeiras *camgirls* transmitiam o cotidiano de seus quartos – fenômeno conhecido por *homecamming*. A pesquisadora identificou seis tipos de *homecamming*: os cinco primeiros referentes a mulheres – *the real life camgirl* (cotidiano), *the artistic camgirl* (artístico), *the porn camgirl* (pornográfico), *cam-community girls* (sites em que os usuários são impulsionados a transmitirem seus conteúdos, em uma plataforma mais acessível), *the cam-house girl* (transmissões relativas

ao grupo familiar ou de residentes de uma mesma casa) – e o sexto, *gay male cams*, realizado por homens gays.

A pornografia foi bastante difundida pelas *camgirls*, em especial depois que a pornografia comercial encontrou nesse campo um nicho (SENFT, 2008), como Jenny Cam, que manteve nove câmeras ligadas em seu apartamento entre 1996 e 1998 e não censurou cenas de masturbação e sexo com o namorado. Ao contrário das *camgirls*, as *pornstars* que possuíam câmeras online não ofereciam aos fãs o que eles procuravam nos sites: conteúdos pornográficos ao vivo. Apesar disso, havia links para outros sites, onde era possível interagir com pessoas que Theresa Senft (2008) denominou “*companygirls*”, ou seja, que trabalhavam para agências com o objetivo de cooptar assinantes ou pagamentos por shows privados. Em virtude do baixo pagamento, muitas acabaram trabalhando para sites como o *Internet Friends Network (iFriends)*, que se autodenominava, na época, a maior comunidade de chat em vídeo do mundo, cujo pagamento pelas sessões pornô era semanal.

O slogan do *iFriends* era, no início dos anos 2000, “a garota da porta ao lado realmente está na porta ao lado”, uma clara alusão ao slogan da Playboy, “As garotas da porta ao lado”, que, em 2001, é reapropriado pela *SuicideGirls*: “Elas são as garotas da porta ao lado – mas mais coloridas e com melhores coleções de discos”. Em 2018, o tema do *iFriends* é mais direto: “conheça as mais sexys *camgirls* no *iFriends*, cada uma agora ao vivo em sua *webcam!*”. O site encoraja as garotas a fazerem o próprio preço aos clientes.

Uma terceira categoria listada por Senft (2008) é a das *HouseGirls*, que viviam por meses em casas repletas de câmeras, inclusive nos banheiros, e para tanto recebiam faturamento semanal de até U\$ 600.

Para a autora, existe uma clara relação entre a atividade desenvolvida pelas *camgirls*, especialmente as que promovem pornografia, e o feminismo. Em sua conclusão, Theresa Senft (2008) relembra como iniciou o livro: perguntando o que significa para as feministas falar do pessoal como algo político na era das redes. “Minhas recomendações para as feministas na era das redes são as seguintes: enfatizem o cultural, respeitem os locais e os estrangeiros, pensem hermeticamente, tenham ações éticas e procurem se solidarizar com amigos e ‘amigos’” (SENFT, 2008, p.117).

Além das seis categorias elencadas por Senft (2008), é possível acrescentar uma sétima categoria, que será aqui denominada de *Smartphone camgirls*: garotas que utilizam

aplicativos de celular para transmitir imagens de si ao vivo. E, dentro dessa categoria, é possível, ainda, indicar subcategorias como ativismo, pornô, cotidiano, moda, etc.

Hoje a maioria dos sites específicos de *camgirls* é composta por plataformas onde o usuário paga para conversar com as garotas (o tempo de chat livre é, muitas vezes, cronometrado para que, depois de esgotado o tempo, o assinante seja direcionado para a forma privada e tenha de pagar pelo tempo que assistir à transmissão e conversar com a *camgirl*). A performance pode ser *hard core* ou *soft core*, dependendo do quanto o cliente pagar, como os sites Câmera Hot, Câmera Privê, Cam4, Pornhub e outros.

O portal Pornhub disponibiliza conteúdo de outros sites, como Youporn, Redtube, Tube8. Assim, ele abrange uma parte significativa do tráfego de pornografia. Em 25 de maio de 2017, o portal comemorou dez anos de existência e divulgou dados relativos ao conteúdo mais acessado²⁴ e outros indicadores.

Nesse período, são mais de 10 milhões de vídeos com 1,5 milhões de horas. Do total de *uploads*, 2,8 milhões são de conteúdo amador. Com 75 milhões de visitantes por dia e 22 milhões de usuários cadastrados, o Pornhub registrou, em uma década, 6,9 milhões de comentários nos vídeos.

Sobre o uso de smartphones, em 2008, era de 1%. Em 2017, esse número saltou para 75%. O tempo médio gasto por visita ao Pornhub era de 12 a 13 minutos em 2008, índice que caiu para 9 minutos em 2017. O portal atribui essa redução à melhoria da banda larga no mundo, o que faz com que o tempo para encontrar o vídeo desejado e a espera pelo carregamento tenha diminuído. A categoria mais visualizada no início do portal era a amadora. Nos últimos três anos, no entanto, os vídeos mais procurados são os de lésbicas.

Em 2016, os países que mais acessaram o portal são Estados Unidos (40%). Reino Unido e Canadá estão em 2º e 3º lugar, respectivamente, seguidos de Índia, Japão e França. O Brasil está em 10º lugar em acessos gerais (o termo mais buscado pelos brasileiros foi *Overwhatch*, videogame lançado em maio de 2017). As mulheres representam 26% dos visitantes totais (46% são jamaicanas, seguidas pelas mulheres da Micronésia e sul-africanas, com 42%). As buscas preferidas delas são relacionadas a lésbicas, trios e homens negros.

A publicação ainda mostra um dado importante: de site de pornografia, ele passou a ser, também, provedor do Pornhub Cares, fundação que promoveu doações milionárias

²⁴ <https://www.pornhub.com/insights/10-years> (acessado em 09/07/2017, às 12h23 min).

para a prevenção ao câncer de mama ou testículos, para salvar baleias e pandas gigantes, incentiva o plantio de árvores e o fim da violência doméstica, mantém um programa de bolsas de estudo para estudantes carentes e um centro de saúde sexual.

A maioria dos sites apresenta sua versão mobile para *download*. Além disso, na *App Store* e *Playstore* – lojas de aplicativos para celulares com sistema iOS e Android, respectivamente –, pode-se encontrar ainda aplicativos como *Phub*, *X Videos*, *VPN Private*, *Hot Videos 2018*, Navegador pornô, *Trending of Videos X*, *Playboy Russia*, além de centenas de outros de diversas nacionalidades.

2.3 Feminismos e *pornwars*

Para a análise de discurso das participantes desta pesquisa, também são levadas em conta as pressões estruturantes aplicadas pelas ideologias feministas sobre as subjetivações das quatro modelos *SuicideGirls* analisadas. E para que se possa compreender o atual estágio do feminismo, conhecido como ciberfeminismo ou feminismo de quarta onda, é necessário fazer um breve histórico a respeito das bases teóricas do movimento em um recorte temporal. Não significa que o feminismo de primeira ou de segunda onda tenham sido sobrepujados pelo de terceira onda, mas que houve uma evolução histórica no pensamento, de acordo com o espírito do tempo de cada uma das ondas. Além disso, como será apresentado a seguir, muitas vertentes de ativismo ainda apresentam características de períodos teóricos diferentes.

Em um estado da arte da filosofia feminista, Magda Guadalupe dos Santos (2016) lembra que, em apenas trinta anos, se passou da segunda para a terceira onda do feminismo e que o feminismo da igualdade enfrentou o da diferença; depois deles, houve a desconstrução pós-moderna, relativizando várias questões, a qual nos chegou por meio do pensamento pós-colonial, do multiculturalismo, da globalização e do ciberfeminismo.

Segundo Santos (2016), a epistemologia feminista pontua o papel ativo do sujeito cognoscente, cujas crenças e conhecimentos são gerados por sua “experiência interpessoal”, sempre vinculada a outros conhecimentos e compromissos situados no mundo. Com proposições metodológicas sem registro de intenção e de situação, o que se conseguiu, ao longo dos tempos, “foi a imposição dos ditames masculinos ao poder do discurso, com explícita exclusão das mulheres do campo epistemológico de ressignificação de direitos, deveres sociais e, pois, políticos” (SANTOS, 2016, p. 133).

O feminismo de primeira onda se preocupa com a isonomia entre os gêneros, especialmente no que concerne ao reconhecimento legal de direitos ao trabalho e ao voto, assim como à participação em questões políticas; essas preocupações se tornam alvo das análises teóricas específicas do século XVIII. Assim, a primeira onda feminista se refere ao amplo movimento pela reforma de desigualdades nos séculos XVIII e XIX.

Magda Santos (2016) explicita que, nessa época, no reflexo das leis, à mulher era tolhida a capacidade jurídica, por uma presunção de debilidade mental e sexual, que se estendia à sua capacidade moral de discernimento, sempre em relação ao homem que a considerava afetada por uma enfermidade sexual. Conforme ela, a cidade era um círculo de homens e, segundo tal mentalidade, a cultura foi-se formando e o tempo não aniquilou a sua feição patriarcal. Foi somente na Modernidade que surgiram reivindicações pontuais no universo das mulheres, mesmo das que não faziam parte de movimentos organizados. Assim, para Santos (2016) em uma primeira onda de investidas teóricas e de ação, o termo feminismo pode ser definido como uma forma de enfrentamento das imposições patriarcais, em suas diversas manifestações, entre os séculos XVI e XIX.

O movimento apropriou-se da palavra feminismo a partir dos escritos de Chris Weedon para utilizá-la como símbolo da reação das mulheres frente ao poder que subordina os interesses femininos aos masculinos (SANTOS, 2016). A capacidade feminina de poder ser o que ousar ser parece, segundo Santos, uma constante a ser demonstrada na história, embora os meios para tanto e as formas de organização lhe sejam tolhidos em termos de viabilidade real. O direito ao sufrágio universal, por exemplo, é um divisor de águas político-jurídico na luta feminista. As batalhas foram travadas “em arenas culturais e sociais, mas tiveram impacto nas sufragistas, que foram, gradualmente, formando argumentos para que as mulheres tivessem o direito ao voto, por sua natureza moral e influência civil” (SANTOS, 2016, p. 138).

Em 1792, Mary Wollstonecraft, em sua *Vindication of the rights of woman* (em tradução livre, Declaração dos Direitos da Mulher), apresenta, juntamente com De Gouges, um verdadeiro protótipo das afirmações e reivindicações das mulheres no que diz respeito a seus direitos (SANTOS, 2016). Wollstonecraft também reivindica os direitos da mulher para se tornar legítima companheira do homem, exigindo-se, para tanto, igual “instrução” – apontando evidências de que se isso não for contemplado, “barrará o progresso do saber e da virtude” (SANTOS, 2016, p. 139). Vê-se, claramente, princípios iluministas na primeira onda feminista.

O feminismo de segunda onda foi constituído por várias correntes com grande impacto cultural e político no século XX, que mudam a consciência reflexiva das mulheres sobre si mesmas e sobre a necessidade de encontrarem-se umas ao lado das outras por causa da disparidade de deveres e direitos imposta pelos homens (SANTOS, 2016). Magda Santos aponta que foram criados, então, suportes teóricos para uma “liberação da mulher” (*New Feminism of Women’s Liberation*). A segunda onda, ao contrário da que a antecedeu, tem contornos coletivistas e revolucionários ao conclamar as mulheres para participar de forma real na reconstrução da sociedade.

“É como se tivéssemos tido uma primeira geração silenciosa de feministas, mas que demonstrou cuidado com os seus termos, assim como com o valor das teorias provocativas sobre a sociedade, a justiça, o gênero e a igualdade” (SANTOS, 2016, p. 141). Nos EUA, especificamente entre o final dos anos 1960 e início dos anos 1970, surgem duas correntes distintas. A primeira corresponde aos anseios dispostos na *National Organization for Women* (Organização Nacional pelas Mulheres – NOW), cujas propostas se respaldavam na tradição por direitos iguais, impulsionava as mulheres a participarem das reformas político-sociais norte-americanas, mas assumindo privilégios e responsabilidades em modos de parceria com os homens (SANTOS, 2016). As propostas da NOW foram formalmente inseridas na Carta de Direitos das Mulheres, em outubro de 1967. Em 07 de setembro de 1968, ocorreu a famosa queima de sutiãs, também conhecida como “*Miss America Protest*”, em que 400 ativistas dispuseram no chão do local onde ocorria o concurso para Miss América, em Atlantic City, nos EUA, sutiãs, sapatos de salto alto, cílios postiços, sprays de laquê, maquiagens, revistas femininas, espartilhos, cintas e outros objetos que simbolizavam a beleza feminina. A intenção era queimar tudo, mas a organização do evento não permitiu o fogo.

Já em 1971, surge o Movimento de Liberação das Mulheres, que inseriu, ainda, as propostas contra a Guerra do Vietnã. A intenção era formar um grupo não hierárquico de liberação das mulheres, sem organização nacional, mas capaz de se infiltrar na infraestrutura das comunidades radicais, no submundo da imprensa, nas universidades livres. “Essa consciência ascende às instituições-chave da sociedade, tais como a do casamento, seja no que concerne à educação dos filhos, seja às práticas sexuais, buscando alterar padrões e comportamentos” (SANTOS, 2016, p. 142).

Uma das principais disposições desses movimentos era ser contra o pré-concebido “papel da mulher”, que devia sempre se exhibir como bela e de forma apolítica e passiva, como uma “coisa delicada” (SANTOS, 2016). O ápice desse movimento de liberação das

mulheres ocorreu nas manifestações das mulheres negras, que propõem reformas contra o imperialismo e o racismo, o que nem sempre se aproximava do movimento de mulheres brancas e de classe média (SANTOS, 2016).

Aqui, é importante fazer um parêntese em relação à vida política brasileira. Na década de 1970, em plena ditadura militar, o movimento feminista se voltou a rumos distintos daqueles traçados pelo movimento internacional, e abriu-se espaço para o movimento negro, como explica Santos (2016). De acordo com ela, uma vertente do movimento feminista se aliou às alas progressistas da Igreja Católica, o que evitava o debate sobre liberdade sexual, direito ao aborto e ao divórcio. “Mas isso acabou por fortalecer a luta por direitos civis, liberdade política e melhores condições de vida, o que deu espaço a temas como racismo e diferença de classe” (SANTOS, 2016, p. 143).

No movimento internacional, mulheres lésbicas aderem ao ativismo e relacionam sexualidade e política em um contexto de recusa de velhos papéis culturais. “A posição das mulheres lésbicas é vista como própria de um feminismo radical que então se inicia, na década de 1970, e critica o policiamento sexual de todas as mulheres. O lesbianismo torna-se sinônimo da liberação da mulher” (SANTOS, 2016, p. 143). Crescem, assim, denúncias de racismo e heterossexismo dentro do feminismo.

Como afirma Magda Santos (2016), a segunda onda feminista foi caracterizada tanto pela procura de uma teoria suficientemente abrangente, quanto por dificuldades ativistas. Na segunda onda, a obra inaugural do movimento teórico, de impacto maior, é *O Segundo Sexo*, de Simone de Beauvoir, lançado em 1949. “A partir de então, o lema feminista tornou-se uma construção gradual que se inspira em suas doutrinas e análises, e passa, em verdadeiro processo dialético existencial, a interferir na forma de ser e de atuar no mundo” (SANTOS, 2016, p. 145).

Em *O Segundo Sexo*, Simone de Beauvoir (2009) é contundente: “a questão é saber se há uma maldição original que os condena (as mulheres e os homens) a se entredilacerar ou se os conflitos que os opõem exprimem apenas um momento transitório da história humana”. A obra canônica traz a constatação de que a humanidade é coisa diferente de uma espécie: define-se pela maneira pela qual assume a facticidade natural. Para Beauvoir, “ainda que com a maior má-fé do mundo, é impossível descobrir uma rivalidade de ordem propriamente fisiológica entre o macho e a fêmea humana” (2009, p. 919). Simone de Beauvoir nega com veemência que exista um decreto biológico que rebaixe a mulher aos ditames patriarcais.

A sociedade codificada pelos homens decreta que a mulher é inferior: ela só pode abolir essa inferioridade destruindo a superioridade viril. Dedicar-se, pois, a mutilar, a dominar o homem, contradizendo-o, negando sua verdade e seus valores. Mas com isso apenas se defende; não foi nem uma essência imutável nem uma escolha condenável que a fadaram à imanência, à inferioridade. Estas lides foram impostas. Toda opressão cria um estado de guerra. Este caso não constitui uma exceção. O existente que é considerado como inessencial não pode deixar de pretender restabelecer sua soberania (BEAUVOIR, 2009, p. 920).

No entanto, na finalização de *O Segundo Sexo*, Beauvoir aponta que “a mulher ‘moderna’ aceita os valores masculinos: tem a pretensão de pensar, agir, trabalhar, criar da mesma maneira que os homens; em vez de procurar diminuí-los, afirma que se iguala a eles” (2009, p. 921). Apesar disso, para Santos (2016), Beauvoir teria proposto uma experiência sustentada em uma falsa universalização, ignorando questões acerca da diversidade entre as próprias mulheres.

Não satisfeitas com uma visão branca, burguesa e eurocentrista da segunda onda, no final do século XX, as novas feministas, com influência do pós-modernismo (ou modernismo tardio), dão ao movimento feições distintas. Com um nível de complexidade maior e relevos paradoxais, o feminismo problematiza, sob enfoques diversos, as visões abarcadoras das grandes teorias. Constroem-se, conforme Magda Santos (2016), vozes dissonantes que evidenciam recusas a uma política feminista convertida em verdadeiro gueto da instituição acadêmica e demonstra a necessidade de propostas, inclusive pedagógicas, para que novas gerações cresçam com uma orientação dialógica, discursiva face à autoridade.

Entre as teóricas mais expressivas, está Judith Butler. Em seu pensamento, há uma profunda indagação acerca do mundo das mulheres, assim como a indicação da marginalização e distorção desse mesmo mundo dentro de várias práticas masculinas (SANTOS, 2016). A filósofa questiona a existência de uma feminilidade específica ou de um conjunto de valores próprios que tenham sido desconstituídos ao longo da história, mas que podem ser recuperados e associados às mulheres enquanto grupo (SANTOS, 2016). O pensamento de Butler ressalta os problemas de ordem teórica, psicológica e política que sustentam os movimentos feministas do final do século XX (SANTOS, 2016).

Na obra *Problemas de Gênero: Feminismo e Subversão da Identidade*, Judith Butler lança, em 1990, alguns paradigmas que irão nortear as discussões filosóficas e as

bases do ativismo, como a desconstrução do significado de gênero e da noção binária entre masculino e feminino. Com a problematização geral dos gêneros, Butler dialoga com o movimento LGBTTTQI (lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis, *queers* e pessoas intersex), e isso abre espaço para a Teoria Queer.

Não basta inquirir como as mulheres podem se fazer representar mais plenamente na linguagem e na política. A crítica feminista também deve compreender como a categoria das “mulheres”, o sujeito do feminismo, é produzida e reprimida pelas mesmas estruturas de poder por intermédio das quais busca-se a emancipação (BUTLER, 2003).

Butler (2003) enfatiza que a noção binária de masculino/feminino constitui não só a estrutura exclusiva em que essa especificidade pode ser reconhecida, mas de todo modo a “especificidade” do feminino é mais uma vez totalmente descontextualizada, analítica e politicamente separada da constituição de classe, raça, etnia e outros eixos de relações de poder, os quais tanto constituem a “identidade” como tornam equívoca a noção singular de identidade. Dessa forma, ela entende que a noção estável de gênero não deve mais servir como premissa básica da política feminista, que pode contestar as próprias reificações do gênero e da identidade – “isto é, uma política feminista que torne a construção variável da identidade como um pré-requisito metodológico e normativo, senão como um objetivo político” (BUTLER, 2003, p. 23).

A filósofa traz que, se o gênero é o resultado dos significados culturais assumidos pelo corpo sexuado, não se pode dizer que ele decorra de um sexo desta ou daquela maneira. “Levada a seu limite lógico, a distinção sexo/gênero sugere uma descontinuidade radical entre corpos sexuados e gêneros culturalmente construídos” (BUTLER, 2003, p. 24).

Sobre o movimento, Butler (2003) é enfática: o “nós” feminista é sempre e somente uma construção fantasística, que tem seus propósitos, mas que nega a complexidade e a indeterminação internas do termo, e só se constitui por meio da exclusão de parte da clientela, que simultaneamente busca representar. “Todavia, a situação tênue ou fantasística ‘nós’ não é motivo de desesperança, ou pelo menos não é só motivo de desesperança” (BUTLER, 2003, p. 205).

Essa inovação teórica de Butler de criar a categoria “mulher” como artifício de unicidade entre os diversos matizes de gênero é compreendida por Magda Santos (2016) como uma tentativa de maior inclusão em um novo discurso normativo feminista, com maior recepção às diferenças. A terceira onda questiona a utilização dos conceitos de igualdade e de identidade como sinônimos, e visa possibilidades práticas de liberação das

mulheres do mundo construído pelos homens, sempre levando em conta os entrecruzamentos da cultura entre classe, etnia e religião.

Santos (2016) recorda que a mulher do final do século XX não é apenas a consumidora de pílulas anticoncepcionais, cosméticos, roupas e comidas enlatadas; sob as variações das diversas ondas de movimentos feministas que perpassam a história, ela questiona as normas socialmente impostas. Não se trata, contudo, de uma voz uníssona, mas composta de sons variados que instauram a produção de oposições pouco discretas como forma de criticar a matriz cultural patriarcal (SANTOS, 2016). Essa polissemia, ao ser veiculada pela internet, levará ao ciberfeminismo.

Algumas ativistas entendem que o ciberfeminismo – o feminismo que se forma e difunde pela internet, principalmente, mas não apenas, por meio das redes sociais digitais – pode ser considerado a quarta onda do feminismo. Outras, no entanto, defendem que o ciberfeminismo é apenas o fluxo inevitável das discussões teóricas e práticas para um “lugar” comum aos seres da modernidade tardia.

Para além dessa falta de consenso, é crucial compreender que o ciberfeminismo é multifacetado e tem caráter polissêmico; abarca discussões sobre o transgênero, trabalho sexual e relações complexas na mídia. É importante, ainda, diferenciar o feminismo ativista do feminismo teórico – algumas vezes interligado, outras nem tanto.

Neste estudo, foram listados, a partir de pesquisa exploratória em blogs e grupos de discussão no *Facebook*, 14 tipos de ativismo feminista atualmente em voga.

- a) Feminismo liberal: busca a igualdade individualista de homens e mulheres através de uma reforma política e legal, sem alterar a estrutura da sociedade.
- b) Feminismo radical (*radfem*): considera a hierarquia capitalista controlada por homens como a característica definidora da opressão às mulheres e prioriza a erradicação total do poderio masculino como base para a reconstrução da sociedade.
- c) Feminismo cultural: a natureza e essência femininas são cruciais para a sociedade. Aceita a diferença entre homens e mulheres, mas entende as mulheres como superiores psicologicamente.
- d) Feminismo conservador: prevê a manutenção das normas e leis da sociedade na qual suas ativistas residem.
- e) Feminismo libertário: concebe as pessoas como autoproprietárias e, portanto, preza pelo direito de liberdade em relação a interferência coercitiva.

- f) Feminismo separatista: não apoia as relações heterossexuais. O feminismo lésbico está, portanto, intimamente relacionado.
- g) Ecofeministas: veem o controle da terra pelos homens como responsável pela opressão das mulheres e a destruição do ambiente natural; tem fundações místicas.
- h) Feminismo marxista: a propriedade privada é a causa raiz da opressão às mulheres.
- i) Anarcafeministas: a luta de classes e a anarquia contra o Estado exigem a luta contra o patriarcado, que promove uma hierarquia involuntária.
- j) Feminismo negro e pós-colonial: surge de pensadoras latinas e africanas, em oposição ao feminismo branco de classe média burguês de origem europeu.
- k) Feminismo pós-estrutural: o conceito de gênero é criado socialmente e culturalmente por meio do discurso. Uma abordagem pós-moderna destaca no feminismo “a existência de múltiplas verdades (ao invés de simplesmente de pontos de vista das mulheres em contraste aos dos homens)”.
- l) *Riot grrrl*: da cultura punk, com postura anticorporativa, de autossuficiência e autodependência.
- m) *Lipstick*: é um movimento feminista cultural que tenta recuperar símbolos da identidade “feminina”, como maquiagem, roupas sugestivas e o fascínio sexual como pontos válidos de escolhas pessoais.
- n) Putafeminismo: movimento pelos direitos amplos a todas as mulheres, que luta contra a estigmatização promovida pelo próprio movimento radfem ou movimento de “libertação” das prostitutas.

Cabe ressaltar que esses 14 tipos de ativismo não são estanques e se comunicam entre si: o putafeminismo tem suas raízes no feminismo liberal, pois prega que a trabalhadora sexual tem os mesmos direitos no capitalismo que qualquer outra trabalhadora e que o pagamento por qualquer tipo de serviço, desde que justo e legalizado, é digno e não deve ser discriminado. Da mesma forma, o feminismo pós-colonial (ou descolonial) está intimamente ligado ao pós-estrutural, pois prevê a pluralidade de vozes, especialmente as silenciadas.

Apesar de não terem conexão obrigatória, é no ativismo que bebe o movimento teórico. O ciberfeminismo começou a surgir na década de 1990, embora as discussões remontem à década de 1970, com críticas radicais à ciência e às tecnologias devido à dominação dos homens nesses campos. Ele pode ser entendido como uma gama de teorias sobre a relação entre gênero e cultura digital. Conforme Matos (2017), há também uma

distinção que pode ser feita entre o “antigo” ciberfeminismo, visto como apoiado por uma versão de uma “mulher pós-corpórea corruptora do patriarcado”, contra um quadro mais recente, que é “enfrentar o *top-down* do *bottom-up*”, as imposições do sistema que oprimem as mulheres (2017, p. 4-5, tradução nossa). O termo ciberfeminismo, no entanto, nasce em 1991 pelo coletivo de arte australiano VNS Matrix²⁵, que toma como base o Manifesto Ciborgue, de Donna Haraway, para lançar o Manifesto Ciberfeminista para o Século XXI. “Somos o vírus da nova desordem mundial / a ruptura interna do simbólico [...] o clitóris é uma linha direta para a matriz” (partes do manifesto ciberfeminista, tradução nossa).

De acordo com Matos (2017), o ciberfeminismo tem sido estreitamente associado ao feminismo de terceira onda e as formas pelas quais jovens mulheres e grupos feministas enfatizam a diversidade levam a bordo as críticas dos teóricos feministas pós-coloniais em relação às limitações do feminismo da segunda onda – especialmente em relação às mulheres negras e indígenas.

No entanto, conforme Phillips e Cree (2014), muitas das preocupações do movimento das mulheres da segunda onda encontram eco nas vozes feministas contemporâneas ou de quarta onda, mas também há diferentes questões e parâmetros menos claros ou rígidos. Para as autoras, isso tem a ver com a evolução de novas culturas em torno da sexualidade, do trabalho, das tecnologias reprodutivas, das tecnologias da comunicação e do que pode ser visto como uma mudança contínua do mercado direcionado às mulheres. “É nesta interseção da cultura popular e do feminismo que surgem muitas aparentes contradições para aquelas de nós que cresceram com os princípios do feminismo da segunda onda, onde todas as imposições sobre as mulheres tiveram que ser confrontadas ou examinadas” (PHILLIPS; CREE, 2014, p. 939, tradução nossa).

Phillips e Cree (2014) acreditam que o que diferencia o feminismo contemporâneo e o caracteriza como de quarta onda é que as redes sociais digitais se tornaram campos de batalha, muitas vezes após eventos ou casos específicos terem sido relatados na mídia convencional. Elas citam, como exemplo, as ameaças recebidas pela ativista feminista inglesa Caroline Criado-Perez, em 2013, após sua campanha bem-sucedida para que uma mulher fosse colocada na nota britânica de £10 (o que efetivamente se tornou realidade em setembro de 2017, com a escritora Jane Austen – ela é a terceira mulher a ser retratada

²⁵ Disponível em <https://vnsmatrix.net/about/>

em uma cédula no Reino Unido). Para as autoras, o novo feminismo baseado nas mídias sociais é intolerante a rótulos e inclui diversas sexualidades e culturas.

Segundo Philip e Cree (2014), o ciberfeminismo reflete a popularidade da interseccionalidade como um quadro teórico para a análise e cria uma cultura de “call-out” na qual o sexismo ou a misoginia podem ser desafiados.

O ativismo feminista está vivo e afirmando-se de novas maneiras, tornando-se acessível para pessoas mais experientes em tecnologia “mais novas”. O que vemos refletido aqui é o desejo de enfrentar a construção feminista do feminismo como “queixa do homem” ou “queima de sutiã” e buscar uma igualdade que desmobiliza o poder de um gênero em relação a outro e confronta o comportamento sexista e violento onde quer que seja encontrado (PHILLIPS; CREE, 2014).

Cabe ressaltar que, conforme Matos (2017), o ciberfeminismo agrupa em uma série de perspectivas teóricas os debates em torno das maneiras pelas quais as mulheres utilizam novas tecnologias para a mudança social, em meio ao paradoxo do caráter “masculino” das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). Em um olhar para o cenário brasileiro, ela entende que blogs feministas como o Blogueiras Feministas e a ONG Think Olga, além da versão brasileira das Marchas das Vadias, estão fornecendo espaços de debate para vários grupos de mulheres brasileiras, que têm a oportunidade de publicar online e debater questões políticas que sobrepujaram a agenda de discussões públicas nos últimos anos, como a representação política, as mudanças na lei do aborto e a luta contra o assédio sexual (MATOS, 2017). Em seu estudo, ela argumenta que lutas locais podem ajudar a reviver o movimento feminista em nível mundial, oferecendo novos caminhos para os feminismos transnacionais.

Em pesquisa junto a ativistas europeias, Aristeia Fotopoulou (2014) descobriu que estão surgindo, para além dos meios de comunicação em rede, novas formas de feminismo entre as mulheres jovens. Isso porque, segundo ela, os fundamentos ideológicos das ativistas feministas contemporâneas são de fato conduzidos por visões computacionais de mudança social e sororidade, ou seja, essas são as prioridades das ativistas feministas. “Esses imaginários são, ao mesmo tempo, indicações de um feminismo com identidades distintas em ambientes em rede e sintomas de um modo pré-escrito e controlado de engajamento digital e em rede” (FOTOPOULOU, 2014, p. 4-5, tradução nossa). Ao mesmo tempo, indica a autora, as práticas digitais e em rede tornam-se uma característica fundamental dessas organizações e estar ativo nas redes sociais online, em particular,

gerando e circulando conteúdo, dá às ativistas uma sensação de conexão com outras feministas pelo tempo e espaço.

Essa, talvez, seja uma das principais razões para que o ciberfeminismo possa ser considerado a quarta onda: a geração e circulação de conteúdo como prática de pertencimento a um grupo.

A história da pornografia é quase tão antiga quanto a capacidade do ser humano de reproduzir pictoricamente o cotidiano. No entanto, sua produção e consumo continuam a provocar discussões, especialmente no feminismo. Atualmente, enquanto teóricos *queer* – que tem como Judith Butler sua principal voz – enxergam a pornografia como um veículo artístico para provocar discussões sobre sexualidades dissonantes da heteronormatividade, outros grupos veem nela o ápice da cultura patriarcalista de objetificação, violência e subjugação extrema da mulher. Esta pesquisa apresentará uma breve história das lutas anti e pró-pornô no seio do feminismo, que tiveram seu campo de batalha principal nos Estados Unidos. São as *porn wars* (guerras pornô).

Sarracino e Scott (2008) questionam se a pornografia causa, mesmo, violência contra as mulheres. Para os autores, esta é, naturalmente, a questão central das discussões. Eles alegam que, se for possível provar que a pornografia provoca, de fato, agressões sexuais às mulheres, então a censura seria inevitável. “Desde meados da década de 1970, grupos de mulheres, com o apoio de muitos acadêmicos e cientistas, responderam à pergunta com um sim retumbante. Sociólogos e psicólogos, entretanto, deram uma resposta mais suave: praticamente não” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 183, tradução nossa). Mas, se a produção e o consumo de pornografia “praticamente não” causam agressões sexuais, quais são os motivos para que a disputa entre os campos exista desde que a fabricação de pornografia passou a atingir proporções industriais? Por trás desse cabo-de-guerra, existem ideologias antagonistas, que levaram ao que se passou a chamar de *pornwars*.

Linda Williams (1989) lembra que, na Inglaterra, em 1857 (menos de uma década depois da Primavera dos Povos, quando, em diversos países, ocorreram levantes burgueses e proletários contra regimes monárquicos feudalistas), surgiu uma preocupação com o efeito da pornografia sobre jovens “impressionáveis”. Nesse ano, nasceu a primeira peça legislativa anti-obscenidade: a Lei Britânica de Publicações Obscenas (atualizada em 1959 para proibir a veiculação de materiais “que corrompam quem os veja”²⁶).

²⁶ http://www.cps.gov.uk/legal/l_to_o/obscene_publications/

Conforme a autora, a pessoa mais ameaçada pela obscenidade nessa época era a jovem mulher de classe média, cujo consumo pornográfico consistia em romances românticos. E o responsável pela elaboração dessa lei era o poderoso “cavalheiro”, desejando protegê-la da corrupção. Esse “era um homem de classe média ou alta que não se preocupava com o mesmo efeito de tais trabalhos sobre si mesmo” (WILLIAMS, 1989, p. 12, tradução nossa). Um século depois, os censores são alguns grupos feministas, que definem a pornografia como violência abusiva. Ou seja: o antigo poder do “cavalheiro” mudou de mãos, mas não deixou de existir, assim como a jovem “impressionável” é agora um homem lascivo e analfabeto que, ao invés de ler romances, olha para filmes e fitas de vídeo que supostamente o levariam a cometer crimes contra as mulheres (WILLIAMS, 1989).

Mas a discussão a respeito da pornografia é muito mais profunda do que a ideia de “damas em risco e cavalheiros prontos a lhes socorrer” (WILLIAMS, 1989). O constante falar sobre sexo, segundo Williams, não promove necessariamente a causa da liberdade sexual, mas, ao mesmo tempo, as feministas não podem deixar de falar sobre sexo pelo simples fato que, até recentemente, quase todo o curso sexual – dos escritos de Denis Diderot a filmes *hard core* – foi escrito por homens para outros homens.

A cruzada antipornografia, todavia, foi retomada nos Estados Unidos em 1975, com o livro *Against Our Will: Men, Women, and Rape* (Contra nossa vontade: homens, mulheres e estupro), de Susan Brownmiller. O argumento é que o estupro funciona como um mecanismo social de controle pelo qual os homens mantêm a supremacia sexual sobre as mulheres. Em contrapartida, até mesmo os que não são estupradores se beneficiam desse controle. Assim, a obra descreve que a simples existência da pornografia constituiu em um dano real contra as mulheres. “Identificada dessa maneira como uma parte crucial da opressão masculina, a pornografia se tornou uma questão feminista urgente e convincente” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 173, tradução nossa). No ano seguinte, foi lançada pólvora ao movimento antipornô com o lançamento do filme *Snuff*, que contava uma série de estupros seguidos de assassinatos supostamente reais. O cartaz anunciava que o filme mostrava a coisa mais sangrenta que já havia acontecido em frente à uma câmera, e que só poderia ser feito na América do Sul, onde a vida é barata.

Nos anos seguintes, surgem os grupos Mulheres Contra a Violência Contra Mulheres, Mulheres Contra a Pornografia e Mulheres contra a Violência em Pornografia e Meios de Comunicação, que também atacam anúncios *soft core* e eventos como o

concurso *Miss América*²⁷. Andrea Dworkin e Catharine MacKinnon se tornaram as vozes do movimento feminista antipornô até os anos 1990 (SARRACINO; SCOTT, 2008).

Nos Estados Unidos, a pornografia é regulada por cada um dos estados, o que significa que não existe uma lei nacional sobre o tema. Houve momentos em que a venda de artefatos pornográficos chegou a ser proibida. Mas, até o país chegar ao consenso de que não deve haver acordo federal (o próprio conceito de obscenidade é subjetivo na legislação norte-americana), houve uma batalha jurídica. Em 1969, o entendimento da Suprema Corte era de que as pessoas podiam ver o que desejassem no interior de suas casas. Em contra-ataque, o governo de Lyndon Johnson – democrata do Texas e de raízes protestantes – criou, em 1970, uma Comissão Presidencial sobre Obscenidade e Pornografia. Ela encomendou um estudo que acabou detectando que, na Dinamarca, a legalização da pornografia não havia influenciado, positivamente ou negativamente, as taxas de crimes sexuais.

Cabe ressaltar que, em 1970, a indústria pornográfica estava em franco crescimento, conforme assinalado nas seções anteriores. Em 1986, o presidente Ronald Reagan rejeitou o relatório final de Lyndon Johnson e nomeou uma nova Comissão – denominada Comissão Meese contra a Violência Sexual – que, desta vez, chegou à conclusão de que a pornografia *é a própria* violência contra as mulheres (WILLIAMS, 1989). Ela criou categorias censuráveis: Classe I (violenta) e Classe II (não violenta, mas degradante). A pornografia violenta, na qual as imagens de dor e coerção são centrais, era considerada como a essência mais censurável da pornografia e, a partir dela, todas as outras categorias eram medidas.

Para Linda Williams (1989), a crítica antipornografia da violência masculina, em suma, não faz distinção entre os estupro simulados com e por mulheres em fantasias sexuais ou ficções românticas e as violações da pornografia *hard core*. “Como resultado, o valor político de denunciar a violação na vida real leva a uma clara condenação da representação do estupro na fantasia sexual, que começa a parecer um pouco como ditar o conteúdo adequado aos sonhos” (1989, p. 18, tradução nossa). O problema, segundo Williams, é que as relações de poder existentes entre os sexos estão ligadas tanto às nossas fantasias, como às expressões e promulgações dos prazeres sexuais. Isso explica, por exemplo, como um poderoso homem pode encontrar prazer na fantasia sexual masoquista.

²⁷ Concurso de beleza realizado nos Estados Unidos desde 1921 que destina bolsas de estudo às concorrentes. Site oficial: <http://missamerica.org/>

O principal em relação ao relatório da Comissão Meese é que sua crítica o aponta como um documento que condena as sexualidades heterodoxas e dá margem para que elas sejam interpretadas como perversas (WILLIAMS, 1989). Além disso, o texto final entende que existe uma sexualidade “normal”, ou seja, heterossexual marital, e que ela nunca é violenta, nem mesmo na imaginação. Esse relatório conservador, no entanto, foi incentivado e aprovado por feministas radicais, sob o pretexto de que a pornografia ataca a violência. Para Linda Williams, parece provável que as feministas radicais e os integrantes da comissão tenham feito um acordo implícito para facilitar um ataque combinado à pornografia como poder abusivo. Normas relacionadas a “relações sexuais vaginais” e “procriação como um propósito de união sexual” estão contempladas no documento²⁸.

Sarracino e Scott (2008) lembram que, a partir da década de 1990, a situação das mulheres na pornografia é mais complexa, com o fim da influência da máfia na indústria norte-americana, menor supervisão do governo e um novo local – a internet. “Desde então, a indústria tem trabalhado duro para melhorar a sua reputação como um negócio legítimo, o que significa, por um lado, mais transparência no que se refere ao tratamento das mulheres performers” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 190, tradução nossa). Mesmo assim, eles apontam que a maioria das mulheres – já que poucas são, de fato, *porn stars* – fica no negócio por um curto período. As atrizes, em geral, passam por estágios qualitativos de produções, de uma escala da menor para a maior violência (sexo entre mulheres, sexo oral com homens, penetração vaginal, penetração anal, penetração dupla, inter-racial e, então, “são despejadas no final sujo da estrada, ‘pinkeye’²⁹ e abuso pornô. Toda uma carreira muitas vezes dura menos de um ano. Seis meses não é incomum” (2008, p. 191-192, tradução nossa).

Sarracino e Scott (2008) ainda apontam que o mercado da degradação pornográfica em expansão compromete as defesas da pornografia como uma escolha de carreira saudável. Na pornografia de degradação, o dano não acontece secundariamente, ele é o ponto específico da trama. A violência contra as mulheres é a razão pela qual os homens compram esses DVDs. Os filmes são uma mistura de atuação e realidade. “Mas as mulheres em filmes pornô de degradação não são pagas para agir em tudo. Toda a dor e humilhação são reais” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 191-192, tradução nossa).

²⁸ <https://catalog.hathitrust.org/Record/000824987>

²⁹ *Pink eye* é a prática de ejaculação dentro dos olhos das atrizes.

Por outro lado, a ênfase sobre a construção social e histórica de sexualidades diferentes caracteriza as feministas “anticensura”. Esse grupo não se organiza em torno da pornografia como uma questão central e certamente não defende a pornografia em todas as suas formas. “Essas mulheres estão interessadas em defender a expressão de diferenças sexuais e em se opor à hierarquização de algumas sexualidades como melhores ou mais normais do que outras” (WILLIAMS, 1989, p. 23, tradução nossa).

É o caso do discurso promovido em contraposição ao de Dworkin e MacKinnon. Ainda em 1978, antes da Comissão Meese, por exemplo, a ativista Gloria Steinem identificava diferenças claras entre pornografia *hard core* e pornografia *soft core*. A intenção era evitar que o feminismo fosse rotulado de neopuritano, falso moralista e contra o sexo de uma maneira geral, já que o movimento antipornô “parecia anular qualquer possibilidade de uma vida sexual ativa e saudável para as mulheres” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 179, tradução nossa).

As “feministas pró-sexo” argumentavam, nas décadas de 1970 e 1980, que a autodeterminação sexual deveria ser um fundamento do feminismo, o que significava que uma mulher poderia optar por ver pornografia, participar dela. Com o movimento antipornografia, o feminismo ganhou a reputação de ser misândrico. “O verdadeiro mal, argumentavam, viria da censura da pornografia, e tal censura por si mesma sufocaria o crescimento da igualdade das mulheres” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 179-180, tradução nossa).

Contudo, Sarracino e Scott (2008) afirmam que, na década de 1990, o conflito entre feminismo e pornografia tomou uma forma inteiramente nova. As teóricas da terceira onda acusam as antecessoras de preocuparem exclusivamente com as vidas das mulheres brancas de classe média e o feminismo passa a acolher as vozes das mulheres pobres e das minorias. Essa abertura às novas causas removeu a pornografia da mira do feminismo. Ativistas e teóricas gays e lésbicas mudaram radicalmente a dinâmica do feminismo e da pornografia. “Os homossexuais sabiam há muito tempo que o sexo era para eles um ato político, na medida em que as relações entre gays e lésbicas ainda eram ilegais em muitos lugares e consideradas imorais em tantos outros” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 180, tradução nossa). Assim, para os autores, o sexo e a pornografia tornam-se uma parte crucial do ativismo e da escrita. E a indústria respondeu produzindo pornografia gay segmentada. Um número cada vez menor de feministas antipornografia continua a lutar, também com enfoque contra o racismo, comum nos produtos da indústria. Para elas, a pornografia participa da opressão e do imperialismo que subjazem

ao pensamento ocidental, além de ser “uma expressão tóxica de um problema muito maior: nossa sociedade capitalista, saturada de mídia” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 180-181, tradução nossa).

Na primeira década dos anos 2000, o movimento antipornô ensaia uma retomada de fôlego, especialmente patrocinado pelas igrejas neopentecostais³⁰, que muitas vezes, abraçam a causa de ex-atrizes pornô³¹, pela igreja católica³², bem como pela cultura Reboot/NoFap – homens que querem ficar sem pornografia online para voltarem a ter estímulos sexuais físicos com parceiros.

Apesar disso, teóricas como Linda Williams e Susanna Paasonen têm abordado a pornografia não como uma força destrutiva unidimensional, mas como uma coleção das muitas maneiras que uma variedade de grupos apresentou sua própria sexualidade. Para os gays, por exemplo, a pornografia pode ser um ato subversivo contra a mesma supremacia masculina, e assim surge o pós-pornô, movimento artístico baseado nos conceitos de Butler e Foucault para produção de obras audiovisuais e fotográficas em que são sexualizados objetos estranhos à atividade sexual e que não têm o objetivo de produzir excitação, mas, sim, reflexão política. Um dos primeiros teóricos do pós-pornô, Walter Kendrick, entende o movimento como produtor de performances políticas: “o que nós estivemos discutindo o tempo todo é uma questão de poder, de acesso ao mundo à nossa volta, do controle sobre nossos próprios corpos e nossas próprias mentes” (KENDRICK, 1996, p. 236).

Uma das principais vozes da segunda década do século XXI que problematizam a pornografia sob um outro ponto de vista é Virginie Despentes. A obra autobiográfica Teoria King Kong, uma coletânea de artigos opinativos da ex-prostituta e ex-atriz pornô francesa, tornou-se um dos cânones do ciberfeminismo. Conforme ela, “uma única coisa surge com clareza: filmar o sexo não é inofensivo” (DESPENTES, 2016, p. 75). Para Despentes (2016), a censura e a proibição são exigidas aos gritos por militantes enlouquecidos, como se a vida deles dependesse disso.

O problema, para Virginie Despentes, é a exigência de que o pornô seja a imagem do real, como se não se tratasse mais de cinema, traduzida na crítica às atrizes por simularem prazer. Mas o pornô revela que, na verdade, o desejo sexual é uma mecânica

³⁰ O site Guiame.com.br traz a campanha "diga não à pornografia".

³¹ Pink Cross Foundation, disponível em <https://thepinkcross.org/porn-statistics/>

³² United States Conference of Catholic Bishops. **Create in me a clean heart: a pastoral response to pornography use.** Washington DC: 2015.

nada complicada de se colocar em marcha. “Minha libido é complexa, o que ela conta sobre mim não me agrada necessariamente e nem sempre combina com o que eu gostaria de ser” (DESPENTES, 2016, p. 79).

E, como é possível concluir a partir da história da pornografia retratada nesta pesquisa, o que a determina, a inventa e a define, é a censura. “Aquilo que proibimos é o que vai marcar cada filme pornô, obrigando-o a fazer um exercício interessante para contornar os limites impostos” (DESPENTES, 2016, p. 79).

Virginie Despentes reflete, ainda, que a própria cena antipornô acaba utilizando um discurso machista. “Sem cenas de violência, sem cenas de submissão, por exemplo. [...] O uso de objetos também é proibido aqui: dildos, cintas penianas. São proibidas cenas de pornô lésbico ou cenas em que homens são penetrados... com a desculpa de proteger as mulheres” (2016, p. 80). Para a autora, as mulheres gostarem de assistir ou praticar sexo sadomasoquista, mas isso não indica que elas desejariam ser chicoteadas ao chegar ao escritório ou serem amordaçadas enquanto lavam a louça. “Ao mesmo tempo, basta ligar a TV aberta para ver mulheres em posições humilhantes” (DESPENTES, 2016, p. 80).

Para Despentes (2016), a luta contra o *mainstreaming* da pornografia tem uma única raiz: os homens não desejavam ver o objeto de suas fantasias sexuais sair da moldura específica a que eles o haviam confinado, e as mulheres (que se entendiam como não pornificadas) se sentiam ameaçadas por sua simples presença, inquietas com o efeito que seu status pudesse provocar nos homens. “Uns e outras concordavam numa coisa: era necessário sequestrar as palavras de sua boca, impedir seu discurso, proibir sua fala” (2016, p. 82).

A teórica ironiza o pensamento antipornô dizendo que, seguindo essa lógica (que ela combate), as mulheres que lucraram com o sexo, que têm vantagem por serem mulheres, devem ser punidas publicamente. “Elas transgrediram, não aceitaram o papel de boa mãe ou de boa esposa, menos ainda o de mulher respeitável – não existe maneira mais radical de se expor do que fazer um filme pornô –, elas devem, então, ser socialmente excluídas” (2016, p. 83). Conforme a autora, essa é apenas mais uma face da luta de classes. A mensagem é política, de que a mulher não deve ter outra possibilidade de ascensão social além do casamento, e é preciso que ela não se esqueça disso (2016, p. 83).

Além do feminismo, é importante destacar, nesta pesquisa, um tipo de machismo comumente confundido com cavalheirismo: o sexismo ambivalente. Conforme Fiske e Glick (1996), há dois conjuntos de atitudes sexistas, o sexismo hostil e o benevolente.

Este trabalho irá se deter brevemente para compreender o sexismo benevolente, em que a visualização das mulheres ocorre de forma estereotipada e em papéis restritos, mas que é subjetivamente positiva no tom de sentimento e tendem a suscitar comportamentos tipicamente categorizados como prossocial (por exemplo, ajudando) ou buscando a intimidade (FISKE; GLICK, 1996).

Para os pesquisadores, no âmbito das sociedades patriarcais, o poder dual das mulheres se reflete em uma forma particular de ideologia social: atitudes protetoras em relação às mulheres, uma reverência pelo papel das mulheres como esposas e mães, e uma idealização das mulheres como objetos de amor romântico. Essas são precisamente as atitudes definidoras do sexismo benevolente. Assim, mesmo que o sexismo benevolente sugira uma visão subjetivamente positiva das mulheres, ele compartilha suposições comuns com crenças sexistas hostis: as mulheres habitam papéis domésticos restritos e são o sexo “mais fraco”. Dessa forma, o sexismo benevolente serve para justificar o poder estrutural dos homens sobre as mulheres (FISKE; GLICK, 1996).

Para os pesquisadores, as crenças sexistas hostis na incompetência das mulheres em tarefas agenciadas caracterizam as mulheres como incapazes de exercer o poder sobre as instituições econômicas, jurídicas e políticas, enquanto

o sexismo benevolente proporciona uma racionalização confortável para confinar as mulheres aos papéis domésticos. [...] Como um sexismo nefasto, essas ideologias combinam noções da falta de competência do grupo explorado para exercer o poder estrutural com justificativas “benevolentes” (devemos suportar o ônus de cuidar delas) que permitem aos membros do grupo dominante ver suas ações como não sendo exploradoras. Assim, o sexismo benevolente pode ser usado para compensar a legitimação hostil (“eu não estou explorando mulheres, eu amo-as e as protejo”). (FISKE; GLICK, 1996, p. 492).

Uma das características do sexismo ambivalente, o paternalismo, justifica o patriarcado ao considerar as mulheres como não sendo adultos totalmente competentes, legitimando a necessidade de uma figura masculina superior (FISKE; GLICK, 1996, p. 493). No entanto, os autores destacam que o paternalismo protetor pode coexistir com a sua contrapartida de dominação, porque os homens são dependentes das mulheres (em virtude da reprodução heterossexual) como esposas, mães e objetos românticos; assim, as mulheres devem ser amadas, apreciadas e protegidas (suas “fraquezas” exigem que os homens atinjam o papel de protetor e provedor). Para o sexista benevolente, a mulher completa o homem. Há ainda a heterossexualidade, que reforça a crença de que as mulheres usam sua sedução sexual para ganhar domínio sobre os homens (FISKE; GLICK, 1996). O sexismo ambivalente permeia as discussões travadas nas *pornwars*, já

que existe uma tendência ao paternalismo no momento em que é retirada a agência das mulheres que atuam na indústria pornográfica ou que são consumidoras de seus produtos.

Essas linhas de pensamento feminista antipornografia e pró-sexo, por mais que pareçam antagônicas, farão parte (ambas) da subjetivação das *SuicideGirls* entrevistadas e serão manifestadas a partir de seus discursos e performances.

3 SEGUNDA PARTE – A PERFORMANCE

Enquanto que a primeira parte desta dissertação abordou teoricamente a formação das dobras da subjetivação a partir de ideologias de poder capitalístico e feministas, a segunda parte tem o objetivo de fazer o enlace entre o *ethos* da modernidade tardia compreendido por Maffesoli (1996) como a ética da estética, a interação e a performance (DEBORD, 2003; GOFFMAN, 2002; SCHECHNER, 2003), a pornocultura (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017; MCKEE; MCNAIR; WATSON, 2015), a pornificação de si (BALTAR; BARRETO, 2014; PAASONEN, 2016) e a pornificação do olhar (SIBILIA, 2015). Essa construção é produto da modernidade tardia, nos termos de Hall (2004), período compreendido a partir da queda do muro de Berlim, em 1989.

Para a aplicação dos conceitos relevantes à análise do objeto empírico em questão no campo da performance, é importante destacar que, segundo Hall (2004), vivemos em um processo no qual os seres humanos encontram-se em uma “crise de identidade” que é vista como parte de um processo mais amplo de mudança e está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas, abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social. Hall, um dos filósofos dos estudos culturais que se debruçou sobre o sujeito na modernidade tardia, adota uma posição “basicamente simpática à afirmação de que as identidades modernas estão sendo ‘descentradas’, isto é, deslocadas ou fragmentadas” (2004, p. 8).

São estruturas identitárias colapsadas, que resultam de mudanças institucionais e podem ser encontradas, por exemplo, na ampliação da gama de possibilidades das designações de gêneros e sexualidades, o que influenciará de forma contundente o surgimento da terceira onda do feminismo e, sucessivamente, do ciberfeminismo. No entanto, como pontua Hall (2004), o próprio processo de identificação tornou-se mais provisório, variável e problemático. Isso produz o sujeito pós-moderno, sem identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade, então, torna-se uma “celebração móvel”, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (HALL, 2004). Hall, inclusive, concorda com Simone de Beauvoir (2009) quando entende que as identidades não são construídas biologicamente.

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo

continuamente deslocadas. Se sentimos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora “narrativa do eu”. (HALL, 2004, p. 13).

Os deslocamentos das identidades culturais – que culminam, inclusive, nas subjetivações pós-modernas nas quais pode-se incluir as *SuicideGirls* – são provocados, segundo Hall (2014), por um complexo de processos e forças de mudança, que, por conveniência, pode ser sintetizado sob o termo “globalização”. Eles atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado. Conforme Hall, ocorre um distanciamento da ideia sociológica clássica da “sociedade” como um sistema bem delimitado, que se traduz em uma perspectiva concentrada na forma como a vida social está ordenada ao longo do tempo e do espaço. “Essas novas características temporais e espaciais, que resultam na compressão de distâncias e de escalas temporais, estão entre os aspectos mais importantes da globalização a ter efeito sobre as identidades culturais” (HALL, 2004, p. 67-68).

Hall refere, então, que a ênfase ao efêmero, ao flutuante, ao impermanente, ao diferente e ao pluralismo cultural pode ser uma característica de um chamado “pós-moderno global” (2004, p. 73). Essa propriedade pode ser compreendida no consumo dos mesmos produtos, serviços e informações para clientes e públicos geográfica e temporalmente distintos, o que ocorre, por exemplo, em relação ao objeto de estudo desta pesquisa: o consumo de vídeos ao vivo por uma rede social que possui mais de 2 bilhões de usuários, ou 27% da humanidade (conforme relatório da *We Are Social* de 2017³³, 3,7 bilhões têm acesso à internet – 50% da população mundial – e, destes, 2,8 bilhões de pessoas utilizam redes sociais).

O pornô surge como paradigma existencial de nossa época: um estilo de vida forjado pelas chamas do prazer (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 155). A performance, como será demonstrado neste capítulo, é parte integrante da pornocultura e a pornocultura depende da performance. Ambas são constitutivas do poder capitalístico inerente ao modelo de consumo atual, em que corpos, coisas e ideologias são produtos. A pornocultura se forja na modernidade tardia, já que o obsceno é o real e o real é obsceno (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 155).

³³ Disponível em <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>

Como bem retrata Attwood (2006), as representações, produtos e serviços sexuais estão se tornando mais acessíveis a um grupo mais amplo de consumidores e o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação para apoiar, substituir ou reconfigurar encontros sexuais é cada vez mais parte da vida cotidiana das pessoas comuns. Assim, a autora frisa que precisamos pensar com muito cuidado sobre as possibilidades de como as tensões muito reais entre direitos e responsabilidades, autonomia e pertença, liberdade e amor podem ser negociadas, não apenas na teoria e na política, mas na prática cotidiana de nossas vidas (sexuais). Neste período em que vivemos, demarcado pela cultura visual exacerbada, a pornografia cede parte de seu espaço ao pornô, que se torna inteiramente visual. “*Visual scape* e *pornscape* se compenetraram, revogando a racionalidade dominadora da ordem alfabética e virando do avesso suas bases divinas” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 141).

A modernidade tardia se molda a partir de um existir para mostrar-se. Em um contexto pornocultural, nichos e estéticas se fundem e exigem performances cada vez mais mescladas, que atentam para uma nova forma de manifestação das ideologias de poder capitalísticas e feministas, sem deixar de lado as tentativas de revolução molares e moleculares.

3.1 A ética da estética

Michel Maffesoli (1996) preconizava, décadas antes desse alcance global das redes sociais digitais, que há um hedonismo do cotidiano irreprimível e poderoso que subentende e sustenta toda a vida em sociedade, pivô a partir do qual se ordena, de modo ostensivo, discreto ou secreto, toda a vida social. O laço social torna-se emocional e elabora-se um *ethos* no qual o que é experimentado com outros é primordial. Esse *ethos* é designado por Maffesoli pela expressão “ética da estética” (1996, p. 12).

Ao termo estética, o autor aplica seu sentido pleno, sem restringi-lo ao que diz respeito às obras de cultura ou a suas interpretações. “Ela [a estética] contaminou o político, a vida da empresa, a comunicação, a publicidade, o consumo, e, é claro, a vida cotidiana” (MAFFESOLI, 1996, p. 12). Para ele, do quadro de vida até a propaganda do design doméstico, tudo parece se tornar obra de criação e pode ser compreendido como a expressão de uma experiência estética primeira, “A arte não poderia ser reduzida unicamente à produção artística, entendida aqui como a dos artistas, mas torna-se um fato

existencial ‘Fazer de sua vida uma obra de arte’ não se tornou uma injunção de massa?” (MAFFESOLI, 1996, p. 12).

Maffesoli (1996) evoca, então, Marcel Duchamp, um dos preconizadores da *Performance arte*: a arte trivializou-se, ela estrutura a banalidade, isto é, “faz sociedade”. De acordo com ele, a modernidade tardia é uma época em que nada mais é verdadeiramente importante, o que faz com que tudo adquira importância; o banal do cotidiano toma um valor central na vida social. Assim, a presença obsessiva do objeto e o jogo das aparências, em que o corpo se exhibe em uma teatralidade contínua e onipresente, delimita uma “aura” específica na qual nos banhamos e que condiciona as maneiras de ser, os modos de pensar, os estilos de comportamento (MAFFESOLI, 1996).

Ao ampliar o conceito de socialidade cunhado por ele próprio (uma estética descompartmentada que permite compreender um estar-junto desordenado e versátil), Maffesoli (1996) ressalta uma sociedade em que se destacam o prazer dos sentidos, o jogo das formas, o retorno da natureza e a intrusão do fútil. Para ele, a pós-modernidade é carregada por um processo complexo de atrações, repulsões, emoções e paixões: coisas que têm uma forte carga estética.

O filósofo pondera que, enquanto a moral é universal e aplicável em todos os lugares e em todos os tempos, a ética é particular, às vezes momentânea, funda comunidades e elabora-se a partir de um território dado, seja ele real ou simbólico, o que faz com que haja “imoralismos éticos”, uma nova forma de laço social que merece atenção (1996, p. 16). Isso se deve, segundo ele, ao predomínio do sentimento – a separação entre ética e estética é recente e nunca foi constante na história, e o cristianismo, que trabalhou para que essa distinção se impusesse, sofreu alguns rompantes de resistência. O movimento barroco e sua sensibilidade ajudam Maffesoli (1996) a demonstrar como a existência no seu todo tende a se tornar uma obra de arte.

Maffesoli conclui que, em um movimento circular sem fim, a ética – o que agrega o grupo – torna-se estética – emoção, comum – e vice-versa. “O espetáculo generaliza-se, e o espectador pede bis: eis aí definida a área do lúdico” (1996, p. 19). Para além das atitudes individuais através das quais se exprime essa estética, o que está em jogo é um novo dado social em seu conjunto, o que o autor entende como um novo espírito do tempo.

Um exemplo desse *ethos* conceituado por Maffesoli que apresenta tintas mais fortes é, justamente, a pornografia (e a pornocultura, cuja amplitude será melhor aprofundada ainda neste capítulo). Segundo Attwood (2007), a produção e consumo do

pornô, especialmente a *netporn*, evoca um sistema de estética como uma forma de ética. Ela questiona, no entanto, qual exatamente é essa estética protagonizada pela pornografia: “o que se diz sobre as políticas de raça, classe e gênero? O que caracteriza uma sensibilidade sexual contemporânea?” (ATTWOOD, 2006, p. 79, tradução nossa).

Segundo Attwood (2006), as culturas modernas tardias são caracterizadas por atitudes mais permissivas para o sexo, embora o sexo também seja um foco regular de interesse público no contexto de uma aparente desinformação do consenso moral em torno de questões de propriedade sexual. Ele é cada vez mais ligado às culturas juvenis e de consumo; “o discurso sexual é cada vez mais organizado por novos intermediários culturais e, em particular, é articulado em termos de uma cultura ‘terapêutica’ que promove o foco na sexualidade e o eu como meio para o desenvolvimento pessoal” (ATTWOOD, 2006, p. 80, tradução nossa). Ou seja: aquilo que Foucault (1999) compreende por uma abordagem discursiva medicalizante, em que há que se levar em conta os riscos e benefícios do sexo.

Há, assim, um “tom” ao se falar sobre sexo e, para Attwood (2006), essa questão é importante na localização das sensibilidades sexuais particulares que caracterizam a cultura moderna tardia. Segundo ela, a promessa contemporânea desta formulação da sexualidade como identidade, hedonismo e espetáculo deriva da proeminência cultural de um grupo particular de classes (ATTWOOD, 2006).

A sexualidade hedonista da modernidade tardia pode ser associada ao surgimento de uma nova pequena burguesia cujos membros são tipicamente localizados em ocupações preocupadas com a apresentação e representação, como marketing, publicidade, moda e meios de comunicação. Para este grupo, uma visão do sexo como “diversão”, e uma preocupação correspondente com o sexo como estética e não ética, funcionou como um meio de se definir como sofisticada, e como uma maneira de se distinguir de uma burguesia mais velha e “não liberada”. (ATTWOOD, 2006, p. 85, tradução nossa).

A modernidade tardia compreende uma gama maior de consumidores divididos em nichos. Attwood (2006) pondera que o consumidor feminino sexualmente liberado imaginado e abordado por grande parte da cultura da mídia contemporânea depende de distinções de classe e raça. “As construções disponíveis de uma sexualidade feminina em que a atividade e o poder são expressos em termos de características ‘baixas’ – por exemplo, a pornografia e outras formas de cultura obscena – estão firmemente absolvidas” (ATTWOOD, 2006, p. 85, tradução nossa). Para ela, a sexualidade burguesa dessa figura feminina dominante parece derivar precisamente da rejeição das características de baixa classe. A “classe” (aqui, no sentido de elegância) da atividade

sexual feminina é extremamente importante na modernidade tardia, tanto como forma de estabelecer sua legitimidade e de relacionar a sexualidade com uma variedade de outras preocupações burguesas contemporâneas, como o desenvolvimento e exibição de estilo e gosto e a busca de autoaperfeiçoamento e cuidados pessoais, pondera Attwood (2006). Assim, surge uma figura: a da “deusa do sexo” glamourosa e ideal, em que as feminilidades e as sexualidades são entendidas como estilos (ATTWOOD, 2006, p. 86). É o que o site *SuicideGirls* aponta como seu referencial: uma “irmandade de mulherões duronas e deusas *geek*”, conforme apontado na Introdução deste trabalho. Nesse ponto, há que indicar que, além de uma generalização necessária à formação da imagem capitalística do site *SuicideGirls*, ocorre uma mitificação artificial de cada uma das modelos, que sofrem uma pressão discursiva da empresa acerca da necessidade de performar em suas fotos e vídeos ao vivo essa imputação. Dito de outra forma: enquanto que o consumidor espera encontrar mulherões duronas e deusas *geek* no site, as modelos precisam se manifestar dessa forma para não estarem fora dos padrões *SuicideGirls* e deixarem de ganhar os benefícios que a marca pode lhes conceder no modelo capitalista em que se encontram.

Attwood (2006) compreende, assim, uma distinção aplicada à sexualidade na modernidade tardia: o sexo está implicado em uma mentalidade urbana, glamourosa, uma significação “chique” de como ser pós-feminista (ou feminista de 4ª onda). “É também uma imagem que demonstra a medida em que a sexualidade contemporânea se torna, nesse movimento, mais claramente uma questão de gosto e estética do que uma moral ou ética” (ATTWOOD, 2006, p. 86, tradução nossa).

Assim, conforme a autora, surge um novo estilo de consumidora: uma mulher sujeito sexual, alcançado através de reivindicações de valor estético e elegância. A nova mulher, para Attwood (2006) é independente, faz sua própria moda e é consumista.

Essa figura fica evidente não só na comercialização da ficção erótica, mas em uma variedade de textos de mídia populares e relativamente explícitos dirigidos a consumidores do sexo feminino. A publicidade da lingerie sexy e a construção de alguns dramas eróticos na TV a cabo combinam imagens de soft core com um endereço para as mulheres como consumidores em busca de seus próprios prazeres. (ATTWOOD, 2006, p. 86, tradução nossa).

Essa construção aponta para um sentido de que o sexo é elegante, uma fonte de prazer físico, um meio de criar identidade, uma forma de trabalho corporal, autoexpressão, uma busca pela realização individual (ATTWOOD, 2006). A autora ainda refere que os produtos que apresentam pornô *soft* trabalham, como formas de pornô

“domesticado”, para estabelecer novas conexões entre sexo e vida cotidiana, entre discursos de sexualidade e de consumismo, estilo, moda e terapia. “São essas conexões que demonstram com bastante precisão o caráter pós-feminista, pós-moderno e burguês dessa construção da sexualidade” (ATTWOOD, 2006, p. 86-87, tradução nossa). Assim, essa formulação particular está se tornando mais proeminente nas culturas contemporâneas, segundo ela.

Attwood (2006) aponta, também, que a sexualidade se tornou central na conformação do mundo moderno tardio e um foco importante para a mudança social e cultural e como questões ligadas à ética da estética estão diretamente conectadas à mercantilização e à democratização da sexualidade. Ela entende que é necessário levar em conta, nesse *ethos*, a interseção entre sexualidade e raça, classe e gênero, bem como formas de comunidade e cidadania.

Em termos das práticas que esperamos desenvolver, teremos de interrogar muito mais detalhadamente os termos precisos pelos quais a cidadania é concedida a grupos e indivíduos. Em particular, as questões de quem decidirá quais práticas e identidades sexuais são aceitáveis e inaceitáveis e dos compromissos que podem ser exigidos para alcançar aceitação e respeitabilidade permanecem importantes e difíceis. (ATTWOOD, 2006, p. 92, tradução nossa).

Em se tratando de grupos em busca de respeito e aceitação, o *SuicideGirls* foca em um nicho específico de mercado crescente: os denominados *geeks*. Milner (2004) identifica os *geeks* como sendo um estrato social distinto daqueles conhecidos como *nerds* – que são os abertamente preocupados com o sucesso acadêmico. Os *geeks* seriam, então, estudantes inaptos quando se trata de eventos sociais, vestimenta e estilo. Para Milner (2004), os sistemas de status, especialmente quando se trata de adolescentes em idade escolar, desempenham um papel importante na socialização das pessoas e, mais especificamente, faz com que se preocupem com a forma como esse status é exibido através da aquisição de produtos de consumo para sua afirmação enquanto integrante de um grupo.

Dessa forma, mais do que socialmente inaptos, como diz Milner (2004), os *geeks* são compreendidos pelo mercado como adolescentes e adultos fãs de entretenimento e tecnologia – ficção científica, animes, mangás, games e histórias em quadrinhos, por exemplo. O site Omelete e a plataforma web do Ibope Inteligência, denominada Conecta, são os responsáveis pela pesquisa *Geek Power*³⁴, que, em sua quinta edição, realizou

³⁴ Disponível em <http://escolabrasileiradegames.com.br/blog/pesquisa-mapeia-habitos-e-comportamentos-do-consumidor-de-cultura-pop-no-brasil>

questionário junto a 9.471 brasileiros entre 8 e 17 de novembro de 2017. A pesquisa descobriu que 83% são homens, 66% têm de 22 a 39 anos, 52% têm ensino superior completo, pós-graduação, mestrado ou doutorado, 26% têm renda familiar entre dois e 15 salários mínimos, 60% moram no Sudeste, 78% jogam algum tipo de videogame e 71% usam celular enquanto veem TV. Como se percebe, é um público masculino, jovem, escolarizado e consumidor de tecnologia de entretenimento.

Uma amostra do tamanho desse tipo de público pode ser observada na edição da ComicCon Experience, realizada em dezembro de 2018 em São Paulo. Mais de 200 mil visitantes foram ao evento, que durou apenas quatro dias³⁵. No rastro de Bill Gates, um dos fundadores da Microsoft, e Mark Zuckerberg, proprietário do *Facebook*, muitos outros *geeks* tiveram sucesso econômico. A indústria dos games faz circular US\$ 13,5 bilhões anuais no mundo. E, em termos mais gerais, a previsão de crescimento da indústria de mídia e entretenimento no mundo é de alcançar US\$ 2,2 trilhões em 2021³⁶. Como partícipe dessa engrenagem, o *SuicideGirls* apresenta ensaios de garotas fazendo *cosplay*³⁷ de personagens do mundo *geek*.

O show *Blackheart Burlesque* (Figura 5) é um exemplo da utilização desse tipo de apelo para atingir esse público. Na cena utilizada como exemplo, as garotas utilizam capacetes de *Stormtroopers*, personagens da franquia *Star Wars*. Além do show, apresentado em teatros, há fotos no site relacionadas a esse universo. Enquanto a Figura 6 é do perfil de uma *SuicideGirl*, a Figura 7 demonstra a foto de capa do ensaio de uma garota fazendo *cosplay* da personagem Ahri do videogame *League of Legends*, que é conhecida por encantar seus inimigos com beijos que fazem com que andem despreocupadamente em sua direção, para serem facilmente mortos.

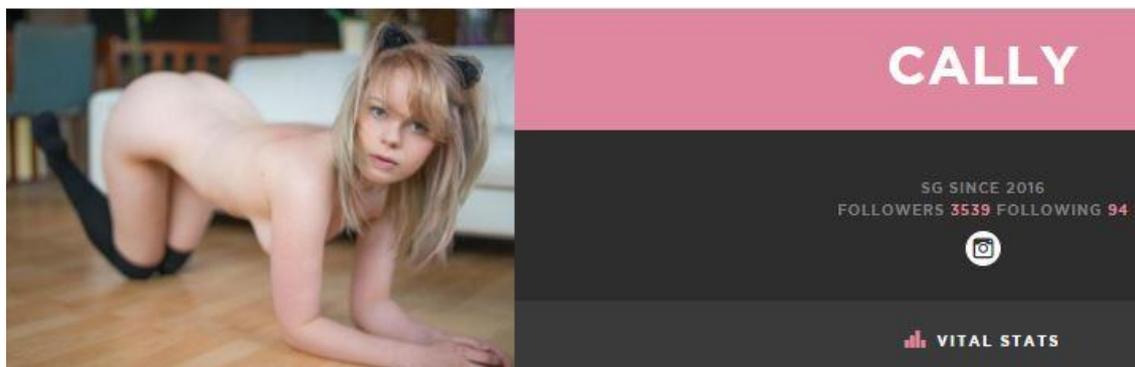
³⁵ Disponível em <https://www.portaldofranchising.com.br/franquias/franquias-geek-nerd/>

³⁶ Disponível em <http://www.telecompetitor.com/pwc-us-entertainment-media-revenues-to-reach-759-billion-by-2021>

³⁷ *Cosplay* é um termo em inglês que abrevia *costume* (fantasia) e *play* (jogar, brincar): pessoas se fantasiam para parecer o mais próximo possível da personagem interpretada.

Figura 5 - Cena de *Blackheart Burlesque*

Fonte: <https://www.Facebook.com/blackheartburlesque/photos/a.270949423071153.1073741832.241425112690251/950614485104640/?type=3&theater>

Figura 6 - *SuicideGirl* fazendo cosplay de mulher gato

Fonte: <https://www.SuicideGirls.com/members/cally/blog/3005055/which-character-should-i-cosplay/>

Figura 7 - *SuicideGirl* em ensaio como Ahri, de *League of Legends*



Fonte: <https://www.SuicideGirls.com/members/lamarmelade/album/3711519/secret-charm/>

A cultura *geek* faz parte da pornocultura, pois, em 2017, a principal pesquisa no portal *Pornhub* foi pelo termo “*Overwatch*”, um videogame lançado no ano anterior. A expressão “*overwatch hentai*” (*hentai* é um tipo de pornografia em formato mangá) teve aumento de 842%. Em termos globais, 9,2 milhões de buscas foram feitas por personagens de *Overwatch*, 2,6 milhões pela personagem *Misty*, da franquia *Pokemon*, 2,2 milhões por Lara Croft, personagem da franquia *Tomb Raider*, e 2,1 milhões por *Zelda*, de *Legend of Zelda*. Pelos personagens das franquias da Marvel e da DC Comics, as buscas atingiram 8,3 milhões pela Arlequina e 6,15 milhões pela Mulher Maravilha. As buscas revelam uma preferência por mulheres que performam atos sexuais no portal fazendo *cosplay*³⁸ de personagens do universo *geek*.

Muitas vezes, essas performances estão imbuídas de uma estética *cuteness*. Conforme Dale (2016), o *cuteness* é, antes de tudo, uma resposta física e afetiva ao conjunto de atributos visuais e comportamentais.

Quando essa resposta é manipulada para fins artísticos ou comerciais, torna-se uma categoria estética. Esta estética apareceu pela primeira vez na cultura popular europeia e norte-americana no século XIX, mas teve uma expressão anterior no Japão (1603-1869), quando as imagens de

³⁸ Em inglês, contração entre as palavras *costume* (fantasia) e *play* (interpretar, brincar). É o ato de se fantasiar de personagens fictícios, predominantemente da cultura pop japonesa e dos universos das histórias em quadrinhos e filmes de ficção científica, animes, videogames, etc.

kawaii aparecem frequentemente em pinturas e impressões. (DALE, 2016, p. 5, tradução nossa).

Para o autor, pessoas ou animais (ou mesmo objetos) tendem a ser percebidos como bonitos se tiverem as seguintes características: grande cabeça e redonda, corpo macio, olhos grandes e bochechas “gordinhas”, nariz e boca pequenos. Conforme ele, a reação afetiva a tais estímulos explica o sentimento de estar subjugada pela raiva: o fator “aww”.

O fato de que um conjunto relativamente pequeno de atributos suscita a sensação de que algo é fofo produz um conceito analítico preciso e útil. Esse é o primeiro pilar de estudos sobre o *cuteness*: um registro afetivo que define o alcance do campo e dá aos estudiosos que trabalham nessa área uma paleta compartilhada para aplicar. (DALE, 2016, p. 7, tradução nossa).

Dale (2016) pondera que, se a afinidade pelas coisas fofas é um resultado da natureza ou da educação, é mais do que um mero instinto. Segundo ele, isso também envolve cognição, que leva em consideração nossa relação com o objeto fofo. E quando sentimos que um objeto é fofo, conforme Dale (2016), estamos respondendo ao seu apelo para ser percebido como acessível, envolvente e adorável.

Se esse recurso existe como parte do *design* de um objeto ou como um elemento de sua auto-apresentação, sua expressão facilita o movimento do afeto para a estética. Dirigido para fora e destinado a outros, esse ato performativo pode ser manipulado, combinado com outras qualidades e apreciado em ambos os lados da ocasião: isto é, como uma audiência afetada pela fofura ou como “artistas” que procuram provocar afetos fofos. Através desta abordagem, podemos estender o fenômeno do infantilismo passivo e do domínio da agência. (DALE, 2016, p. 8).

Wittkower (2012), porém, entende que a resposta aquilo que é considerado “fofo” é um traço de adaptação, de evolução; algo que foi necessário para desenvolver o tamanho do cérebro das espécies humanas. Isso porque, segundo ele, um cérebro maior exigiu um período maior de desamparo durante a infância e, na ausência da resposta ao “fofo”, nossos antepassados primatas não teriam suportado a incapacidade de um bebê para se mover, alimentar e se limpar por um período consideravelmente longo. Seguindo essa visão, o impulso para as comunicações que servem nossos interesses no “fofo” seria igualmente prevalente aqueles que servem os interesses humanos por sexo, riqueza e liberdade: a manutenção da espécie.

E, no entanto, enquanto as comunicações baseiam-se em grande parte no nosso interesse pelo fofo – especialmente quando misturado com o engraçado, como em Mickey Mouse –, que certamente é anterior a novos meios de comunicação, parece que há um grau significativo em que a ênfase na [estética] *cuteness* como uma comunicação pública é

peculiar aos novos meios de comunicação. (WITTKOWER, 2012, p. 216, tradução nossa).

Outra explicação possível sobre a prevalência de comunicações *cuteness* é, para Wittkower (2012), que o “fofo” é uma categoria de expressão que requer um nível mínimo de engajamento mental, e é por esta razão uma estética que tem um ajuste natural com a velocidade de engajamento por parte do visualizador de mídia. Conforme ele, a vida online é regida pela busca de conteúdos engraçados, com uma relação social ou pessoal própria. “Imagens bonitas são imediatamente envolventes, semelhante a outras categorias de comunicações que se tornaram proeminentes em novas mídias” (WITTKOWER, 2012, p. 218, tradução nossa). A partir dessa reflexão, pode-se compreender que o site *SuicideGirls* atenta para essa experiência estética como algo que perceba maior engajamento – algo necessário para a manutenção das assinaturas. As estéticas *geek* e *cuteness* se fundem à pornocultura e à noção de elegância, produzindo, assim, um produto conectado às tendências de consumo da modernidade tardia.

3.2 Interação e performance

Se a ética da estética é um dos fatores que regem a modernidade tardia, cabe aqui uma explicação a respeito da atuação dos influenciadores digitais, cuja atividade é defendida por Karhawi (2017) como uma profissão. O autor faz a ressalva de que qualquer um pode ser um influenciador – desde que atue nesse mercado, jogue as regras específicas desse campo, produza nas plataformas requeridas, exerça habilidades e competências próprias. Como será apontado na análise de discurso deste trabalho, o objetivo das participantes desta pesquisa, latente ou sumariamente aceito, é atuar como influenciadoras digitais – ou pelo menos usufruir do capital social prestado pelo site *SuicideGirls* para acessar públicos e marcas com mais facilidade.

O trabalho de mediação de conteúdos passa diretamente pela interação entre influenciador digital, público e marcas. Assim, para definir exatamente o que é essa atividade, Karhawi (2017) aponta que, segundo o discurso circulante, os influenciadores são aqueles que têm algum poder no processo de decisão de compra de um sujeito; poder de colocar discussões em circulação; poder de influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede.

O termo influenciador digital (e antes dele, sua versão em língua inglesa; *digital influencer*) passou a ser usado mais comumente, no Brasil, a partir de 2015. Um dos principais motivos pode estar atrelado

à entrada de novos aplicativos na esfera de produção desses profissionais que deixaram de se restringir a apenas uma plataforma – só o *YouTube*, no caso dos vlogueiros; ou só o blog, no caso dos blogueiros. (KARHAWI, 2017, p. 53).

O pesquisador entende que as práticas dos influenciadores refletem o capital social de suas relações e o poder de intervenção sobre a mídia tradicional, por exemplo. “No escopo dos influenciadores digitais, assume-se que há sempre produção de conteúdo. Trata-se de uma condição *sine qua non* para ser considerado um influenciador, neste cenário” (KARHAWI, 2017, p. 54). Esse tipo de conteúdo pode ser em textos, vídeos, montagens, fotos, que vão desde a produção amadora até conteúdo especializado – esse é o caminho, muitas vezes, percorrido pelos influenciadores digitais. No caso das *SuicideGirls*, por exemplo, muitas trabalham a partir da propaganda de marcas em suas contas pessoais no *Instagram* e misturam fotos produzidas profissionalmente com *selfies* com pouco ou nenhum tratamento em suas *timelines*. As publicações geram uma dupla possibilidade de interação: junto à modelo (ver, curtir, comentar a foto) e à marca (mesmo que o público não interaja diretamente, há uma afetação do consumidor a partir da exposição ao produto). A forma máxima esperada de interação, nesse caso, é a compra e sua publicidade gratuita a partir da postagem do consumidor.

Assim, os influenciadores digitais fazem parte de um espaço social de relações marcadas por disputas pelo direito à legitimidade e “ser influente”, ter legitimidade em um campo, é algo construído por meio da distinção em relação ao grupo (KARHAWI, 2017). As participantes desta pesquisa, por exemplo, utilizam o logotipo do site em suas páginas pessoais como uma forma de distinção em relação a outras garotas com o mesmo perfil. Modelo e empresa saem beneficiadas com essa relação.

Reputação, em termos de comunicação mercadológica, é elemento essencial na construção de imagem, identidade e posicionamento de marca. Assim, essa competência profissional do influenciador acaba servindo como estratégia de comunicação para indústrias mais diversas; ao optar por uma parceria comercial com um blogueiro, *YouTuber*, *instagramer*, aproxima-se a marca de um nicho que já está definido pelas dinâmicas de construção de comunidade do próprio influenciador. Economizando à marca, assim, um trabalho de segmentação, identificação de público e construção de reputação no ambiente digital. (KARHAWI, 2017, p. 60).

Em entrevista à edição especial de 70 anos da Revista *Comunicare*, que apresentou um dossiê sobre influenciadores digitais, a pesquisadora Raquel Recuero apontou que esse é um profissional “ator da rede, que tem muito capital social, mais do que a média, por conta da posição que ele está e por conta do espaço que ele ocupa” (RECUERO, 2017,

p. 40). Recuero (2017) acredita, inclusive, em uma tendência à profissionalização. “Eles vão fazendo anúncios, apresentando produtos e isso acontece até por uma exigência mercadológica no sentido de se posicionar em relação a outros influenciadores” (RECUERO, 2017, p. 42).

Importante destacar que a atividade de influenciador digital, especialmente no que tange ao universo pornificado das *SuicideGirls*, está intimamente ligado à busca pela fama, algo que será explicitado na Quarta Parte deste trabalho (a partir da página 124). Para Primo (2010), a fama, tradicionalmente relacionada ao reconhecimento de grandes méritos alcançados por alguém excepcional, tem sua conexão quebrada a partir do surgimento da imprensa especializada em celebridades (e subcelebridades). “A fama é também atribuída a pessoas sem talentos, o que não motivaria o respeito alheio em épocas passadas” (PRIMO, 2010, p. 164), pondera. O pesquisador entende que a fama, antes emergente de questões como qualidade, intensidade do trabalho e raridade (quando poucos têm talento em se tratando de determinada atividade), “pode ser resultado de sorte ou mesmo de bom *timing*” (PRIMO, 2010, p. 165).

Além disso, cabe destacar que a relação entre celebridades – predicativo que também pode ser aplicado a influenciadores digitais – e seus fãs é permeada pelo narcisismo, algo que Primo (2010) destaca que pode ser um dos impulsionadores da manutenção de relacionamentos parassociais, como no caso do objeto empírico deste estudo.

A celebridade é, ao fim e ao cabo, uma mercadoria, fruto de um projeto bem planejado, com objetivos e metas a serem alcançados. A celebridade não pode ser pensada apenas como pessoa famosa. Trata-se de um complexo construído por uma grande quantidade de profissionais e equipes. A celebridade vincula-se a outras indústrias e produtos culturais, dos quais depende para manter seu sucesso. Hoje, não é possível avaliar o valor de uma celebridade sem sua interrelação, por exemplo, com a indústria da moda e com periódicos especializados em fofocas. O status de celebridade, portanto, não é construção individual, simples consequência do talento próprio. (PRIMO, 2010, p. 171).

A partir disso, podemos concluir que, impulsionados pelas necessidades próprias ao capitalismo e busca pela fama, o influenciador digital vai aprimorando suas técnicas e as adaptando às diferentes ondas de mercado para tentar burlar uma efemeridade característica das interações proporcionadas pela internet, sabendo que ele próprio é resultado dessa cultura efêmera. Para tanto, utilizam cenas de seus cotidianos domésticos e de lazer e as performam de maneira a incluir o público em seu dia a dia, com o objetivo

de criar uma sensação encenada de intimidade, com o objetivo de ganhar seguidores, que também têm seus impulsos narcisistas. Esses impulsos narcisistas dos fãs são o que, de certa forma, produzem o tipo de performance interativa das modelos *SuicideGirls*. Esta pesquisa compreende as transmissões realizadas pelas *SuicideGirls* no *Facebook*, portanto, como exercícios de performance.

Um dos principais pensadores da performance, Richard Schechner (2003) entende que, na vida cotidiana, performar é ser exibido ao extremo, sublinhando uma ação para aqueles que a assistem. Ele analisa que as pessoas têm vivido no século XXI, como nunca antes, através da performance. “Fazer performance é um ato que pode também ser entendido em relação a ser, fazer, mostrar-se fazendo, explicar ações demonstradas” (SCHECHNER, 2003, p. 25-26). Ele frisa, inclusive, que o trabalho dos Estudos da Performance, escola da qual é fundador, é explicar as ações demonstradas, ou seja, analisar o domínio da interação. Para Schechner (2003), fazer e mostrar estão sempre em um contínuo, e, portanto, performances artísticas, rituais ou cotidianas são todas feitas de comportamentos duplamente exercidos, comportamentos restaurados, ações performadas que as pessoas treinam para desempenhar, que têm que repetir e ensaiar.

Schechner ressalta que uma performance (mesmo quando partindo de uma pintura ou de um romance) ocorre apenas em ação, interação e relação. A performance não está em nada, mas entre (SCHECHNER, 2003). Ele lista oito tipos de situações em que as performances ocorrem – algumas vezes distintamente, outras sobrepostas:

1. na vida diária, cozinhando, socializando-se, apenas vivendo;
2. nas artes;
3. nos esportes e outros entretenimentos populares;
4. nos negócios;
5. na tecnologia;
6. no sexo;
7. nos rituais – sagrados e seculares;
8. na brincadeira.

A vida diária pode englobar quase todas as outras 7 situações (SCHECHNER, 2003). Mas, então, isso significa dizer que tudo é arte? Segundo Schecher (2003), sim – decidir o que é arte depende de contexto, circunstância histórica, uso e convenções locais. A diferença, para ele (2003), se baseia na função, na circunstância do evento inserido na sociedade, no espaço que o abriga e no comportamento esperado de *performers* e espectadores. Como exemplo, a nudez. Quando as artes performáticas passaram a utilizar

corpos nus, a partir da década de 1960, houve grande comoção. “Mas, porque o choque, porque a nudez era surpreendente? Simplesmente porque nunca tinha sido usada em espaços reservados às grandes companhias de artes performáticas ditas sérias” (SCHECHNER, 2003, p. 33). Segundo o autor, antes disso, na América do Norte, as pessoas viam corpos nus em casa ou nos banheiros dos clubes de ginástica. Ele afirma que a justificativa para o uso pioneiro da nudez no teatro era que, ali, a nudez era artística e não erótica. Mas, em muitas culturas, a nudez é a regra e, portanto, sua utilização na arte não é algo que gere comoção. Schechner (2003) sugere ainda que, nos anos 2000, é preciso mais que um corpo nu para atrair espectadores ou críticos a teatros do Ocidente. Com isso, o autor demonstra que uma ação pode ou não ser arte dependendo do contexto e de sua recepção.

Importante levar em conta para esta pesquisa que existe um componente sexual nas grandes performances dos homens e mulheres de negócios, assim como há algo de profissional nas grandes performances sexuais, conforme Schechner (2003). O autor provoca o leitor a considerar o espectro de significados agregados às expressões “fazendo sexo” ou “ele é bom de cama”, ou o que significa ser uma deusa do sexo ou um atleta sexual.

A primeira frase se refere ao ato em si, a segunda especula o quão bem este ato pode ser desempenhado, enquanto a terceira implica num elemento tanto de ir a extremos quanto do fingimento que pode haver por detrás de uma performance tão impactante que parece sobre-humana, ou tão exageradamente forte que pode ser meramente competitiva (SCHECHNER, 2003, p. 32).

Para Attwood (2006), algumas teorias feministas têm, na modernidade tardia, modificado radicalmente as formas como o sexo e a sexualidade foram conceitualizados e, assim, estabeleceu-se uma abordagem do sexo que se concentra em sua articulação e materialização numa série de arenas sociais e culturais, bem como em tentativas de pontuar seu significado sociopolítico. Em virtude dessa incerteza – pressuposta pelas inúmeras tentativas de encontrar certezas – “é particularmente importante continuar o projeto de pensar de forma crítica e atenta sobre o significado do sexo na investigação da sexualização da cultura” (ATTWOOD, 2006, p. 79, tradução nossa). Ela entende que, hoje, o sexo pode ser uma experiência fora do corpo, muito intimamente realizada em tempos e distâncias distintos; pode ser um intenso ato de comunicação entre estranhos; um encontro combinando carne e tecnologia; um ato de apresentação e uma representação que é consumida tão rapidamente quanto é produzida; uma forma de articular ou desarmar

a identidade; um tipo de interação nunca antes possível na história humana (ATTWOOD, 2006, p. 79, tradução nossa).

Ainda, é importante destacar o que a autora compreende por “autenticidade encenada”, que combina “o desejo pelo real, a fetichização do real, a resignação ao fato de que o real é sempre evasivo, divertido em fachada, e a celebração das delícias da encenação e da performance” (ATTWOOD, 2007, p. 452, tradução nossa).

Erving Goffman utiliza como elemento para falar a respeito da representação a fachada, que, para ele, é “o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação” (2002, p. 29). Conforme o dicionário Priberam, um dos significados do termo fachada é “aparência que não corresponde às qualidades reais de algo ou de alguém (ex.: ele tem aquele ar durão, mas é só fachada)³⁹”. Nesse sentido, fachada pode ser compreendido como uma invenção de características necessárias para a representação.

Segundo Goffman, “um indivíduo pode estar convencido do seu ato ou ser cínico a respeito dele” (2002, p.27). Para ancorar essa afirmação, ele assume as considerações do sociólogo Robert Park, que afirma que a palavra “pessoa”, em sua primeira definição, significa “máscara”, e que o homem está, mais ou menos conscientemente, a todo momento e em todo o lugar, representando um papel. Goffman (2002, p. 204) atenta para o fato de que “o ator prudente terá de levar em consideração o acesso da audiência a fontes de informação exteriores à interação”. Dessa forma, as modelos *SuicideGirls* precisam tomar em conta que seus seguidores as conhecem a partir de suas fotos seminuas no site *SuicideGirls.com*, em vídeos no *YouTube*, pelos seus perfis no *Instagram*, no *Patreon* (plataforma de financiamento individual em que conteúdos exclusivos são liberados aos “patrões”) etc. Assim, suas performances sociais (ainda nos termos de Goffman) devem se nortear pelos conhecimentos prévios que possui o público para o qual estão transmitindo ao vivo. Ou, como o autor analisa, quando um indivíduo se apresenta a outros, desejará descobrir a situação em seus pormenores e, em possuindo essas informações, poderá apresentar às pessoas o que por elas é esperado, de forma coerente com o seu interesse próprio (2002, p. 228).

Goffman nos auxilia a compreender, ainda, as *SuicideGirls* enquanto personagens produzidas para o nicho para o qual elas estão se comunicando. Segundo ele, a personalidade é “uma espécie de imagem, geralmente digna de crédito, que o indivíduo

³⁹ "fachada", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013, <https://www.priberam.pt/dlpo/fachada> [consultado em 05-04-2017].

no palco e como personagem efetivamente tenta induzir os outros a terem a seu respeito” (2002, p. 231).

O “eu”, portanto, como um personagem representado, não é uma coisa orgânica, que tem uma localização definida, cujo destino fundamental é nascer, crescer e morrer; é um efeito dramático, que surge difusamente de uma cena apresentada, e a questão característica, o interesse primordial, está em saber se será acreditado ou desacreditado (GOFFMAN, 2002, p. 231).

Assim, é possível entender que a performance ocorre, primordialmente, no contexto da ética da estética: fazer para ser visto, ser espetáculo. “A Sociedade do Espetáculo” (2003), de Guy Debord, é um dos filhos da Primavera dos Povos, iniciada por uma greve geral na França em 1968, mas que acabou por contestar os valores relacionados à educação, sexualidade e prazer. Em um mundo em que a televisão ditava normas políticas, de convívio e consumo, o teórico libertário francês foi uma das vozes do contrafluxo da época. Ainda no início da obra, escrita um ano antes, Debord resume seu raciocínio. Para ele, “toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era diretamente vivido se esvai na fumaça da representação” (2003, p.13). O pensamento de Debord, revisitado no contexto da internet, segue atual.

Conforme o autor, o espetáculo não pode ser compreendido apenas como um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens (DEBORD, 2003, p.14). Assim, se a vida social, cotidiana, é um espetáculo, existe uma relação recursiva entre imagem e realidade. Isso porque, de acordo com Guy Debord, “o mundo real se converte em simples imagens, estas simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes típicas de um comportamento hipnótico” (2003, p.19). Podemos compreender, portanto, as *SuicideGirls* como produto e produtoras dessas imagens compositoras da nossa sociedade do espetáculo que, conforme Guy Debord, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente; não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo, mas o coração da irrealidade da sociedade real (2003, p.15).

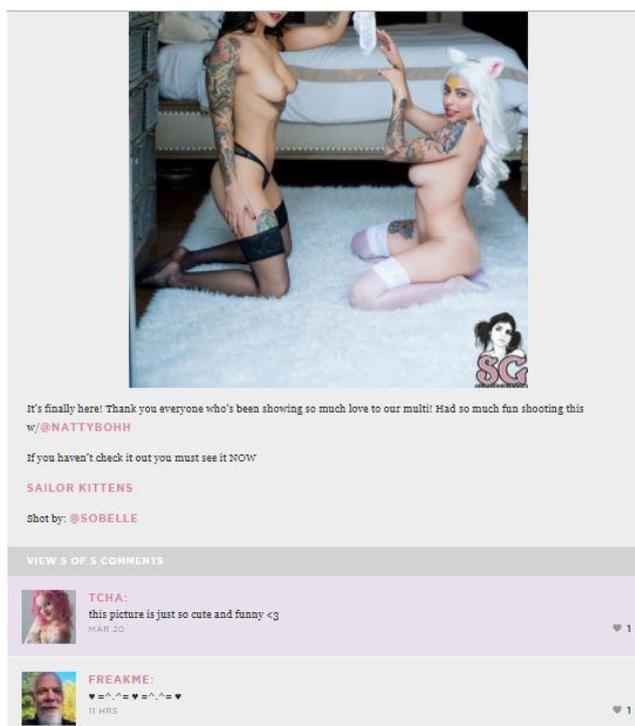
“O espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana, socialmente falando, como simples aparência. Mas a crítica que atinge a verdade do espetáculo descobre-o como a negação visível da vida: uma negação da vida que se tornou visível” (DEBORD, 2003, p.16). Ora, se o espetáculo ocorre em virtude da sociedade e a sociedade existe em virtude do espetáculo – qual seria a necessidade da acumulação de capital, senão o espetáculo, na visão de Debord – a exposição de si ao vivo na internet

para qualquer público em *situações pornoculturais* se dá, portanto, no bojo de uma lógica coletiva.

Debord entende que a (boa) aparência é o denominador comum da sociedade do espetáculo, contexto facilmente introjetado pelo espectador: “sua única mensagem é ‘o que aparece é bom, o que é bom aparece’. A atitude que ele exige por princípio é aquela aceitação passiva que, na verdade, ele já obteve na medida em que aparece sem réplica, pelo seu monopólio da aparência” (2003, p.17). Nesse diapasão, o “selo” *SuicideGirl* pode ser mais que um chamariz, mas um endosso para uma audiência que pode querer questionar a participação de uma ou outra garota que não estejam de acordo com os padrões tradicionais do site, que, como dito, já foi alternativo.

No caso específico deste objeto de pesquisa, podemos compreender a pornografia *soft* como imersa, produtora e produzida na e pela sociedade do espetáculo conceituada por Debord. “Na forma do indispensável adorno dos objetos hoje produzidos, (...) e na forma de setor econômico avançado que modela diretamente uma multidão crescente de imagens-objetos, o espetáculo é a principal produção da sociedade atual” (2003, p.18).

Figura 8 - Exemplo de mensagens em blog de uma *SuicideGirl*



Fonte: <https://www.SuicideGirls.com/members/mars/blog/3042735/sailor-kittens/>

Na modernidade tardia, o espetáculo depende quase sempre da interação. Essa interação entre o público e as *SuicideGirls* se dá, além das redes sociais próprias das modelos, por mensagens de texto nos blogs das garotas no site (Figura 8) e, ao vivo, nas transmissões ao vivo pela página oficial do *SuicideGirls* no *Facebook*. Ou seja, a única forma de interatividade em tempo real se dá por meio do *Facebook*.

Sibilia (2018) enfatiza que existe uma profusão incita à espetacularização e à performance, como modos tipicamente contemporâneos, não apenas de se fazerem criações no campo das artes ou das mídias, mas também – e, talvez, sobretudo – de se autoproduzir, em termos corporais e subjetivos, gerando-se assim certos modos de ser e estar no mundo que levam a marca do presente. Essa talvez seja uma das principais marcas do objeto deste estudo. "Tornou-se habitual, por exemplo, definir a contemporaneidade como uma era na qual se vivencia um fenômeno original: o 'culto ao corpo' (SIBILIA, 2018, p. 183). Conforme a autora, não apenas a zona de subjetivação, mas o organismo humano em si se vê extremamente constrangido por um conjunto de crenças e valores "que parecem desprezar sua condição carnal, tais como as teimosas mitificações da beleza, da saúde, da magreza e da juventude" (SIBILIA, 2018, p. 184).

O corpo perfeito é aquele que atende aos padrões de beleza ocidentais em vigor atualmente, e essas normas mudarão de tempos em tempos:

o corpo contemporâneo é adorado e laboriosamente esculpido como uma imagem que deve permanecer sempre lisa e polida; mas, ao mesmo tempo e pelos mesmos motivos, é rejeitado em sua materialidade orgânica, devendo se submeter constantemente a diversos procedimentos de expurgação ou purificação da própria corporeidade. (SIBILIA, 2018, p. 184).

Nesse sentido, Chrisler e Saltzberg (1995) lembram que um ideal, por definição, pode ser satisfeito apenas por uma minoria daqueles que se esforçam por isso. "Se muitas mulheres conseguem cumprir os padrões de beleza de um determinado tempo e local, essas normas devem mudar para manter sua natureza extraordinária" (CHRISLER; SALTZBERG, 1995, p. 307, tradução nossa). Pode-se compreender, nesse sentido, as modificações corporais que grande parte das modelos *SuicideGirls* adota, como cabelos de cores incomuns, tatuagens, *piercings*, alargadores, além da magreza.

O valor dado pela sociedade aos padrões de beleza é intimamente ligado ao quanto especiais e incomuns eles são e essa é uma das razões pelas quais o ideal muda ao longo do tempo. "Quando as imagens de beleza mudam, os corpos femininos também devem mudar" (CHRISLER; SALTZBERG, 1995, p. 307, tradução nossa). Para que essa mudança seja levada a cabo, os meios de comunicação e as redes sociais são cruciais, já

que o discurso incessante sobre o que é considerado belo é o mesmo que aponta as implicações da inadequação, que vão desde não conseguir emprego em virtude da aparência até ser relegada à uma vida solitária, sem amigos e amores.

A insegurança das mulheres sobre a aparência tornou fácil convencê-las de que seios pequenos são uma "doença" que requer intervenção cirúrgica. A mulher sofisticada da década de 1990 que está disposta a aceitar os riscos significativos para a saúde dos implantes mamários para moldar seu corpo para se adequar ao ideal da beleza não avançou muito além de suas irmãs que amarraram seus pés e cinturas. (CHRISLER; SALTZBERG, 1995, p. 308, tradução nossa).

Mesmo que localizado na década de 1990, o texto segue atual em relação, inclusive, à procura por cirurgias estéticas. Em 2016, conforme a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, foram realizadas 839.288 cirurgias (57% do total de procedimentos cirúrgicos de todo o país). O aumento de mamas ainda é o procedimento mais realizado no Brasil, seguido por lipoaspiração, dermolipectomia abdominal (plástica da flacidez), mastopexia (elevação das mamas) e redução de seios. Além disso, a plástica vaginal correspondeu a 1,7% das cirurgias estéticas⁴⁰. Naquele ano, houve aumento de 8% em relação a 2015.

Essa procura por modificações estéticas rigorosas, bem como a inundação de ofertas de maquiagens e roupas "mágicas" que disfarçam "imperfeições" imediatamente, são o resultado de uma busca incessante de adequação para evitar o banimento. Chrisler e Saltzberg (1995) indicam que as pessoas pouco atraentes são mais duramente punidas por transgressões sociais e são menos procuradas por parceiros sociais e, assim sendo, o fracasso em trabalhar para o ideal da beleza pode resultar em consequências reais. Elas lembram o caso da apresentadora de televisão norte-americana Christine Craft, que publicou um livro contando como foi demitida por ser considerada velha demais e pouco atraente para os homens⁴¹. "As normas de beleza limitam as oportunidades de mulheres que não podem ou não irão alcançá-las" (CHRISLER; SALTZBERG, 1995, p. 312, tradução nossa). As autoras destacam que a beleza não pode ser quantificada ou medida objetivamente; é o resultado dos julgamentos de outros. "As percepções e cognições do espectador influenciam o grau de atratividade, pelo menos, tanto quanto as qualidades do olhar" (CHRISLER; SALTZBERG, 1995, p. 307, tradução nossa). Cabe destacar que

⁴⁰ Essa é a última pesquisa divulgada pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica e refere-se ao ano de 2016. Os dados estão disponíveis em <http://www2.cirurgioplastica.org.br/2017/10/27/estetica-procura-por-procedimentos-nao-cirurgicos-aumenta-390/>

⁴¹ CRAFT, C. Too old, too ugly, and not deferential to men. St. Louis: Prima Publishing, 1988.

essa manutenção das mulheres sob a custódia dos padrões de beleza é como um jogo de estica e puxa com o patriarcado: as mulheres têm direito de abarcar novas fatias do mercado, desde que sigam o que o patriarcado ditar como padrão de feminilidade e beleza.

A importância da beleza aparentemente aumentou mesmo quando as mulheres estão alcançando liberdades pessoais e direitos econômicos não despertados por nossas avós. A ênfase na beleza pode ser uma maneira de manter uma imagem feminina enquanto se desfazem os papéis femininos. (CHRISLER; SALTZBERG, 1995, p. 306, tradução nossa).

Para Sibilia (2018), esse é um “triunfo da estética” em todas as esferas, na atualidade, tais como o design e o consumo, que por sua vez também tendem a tingir todos os âmbitos. Estar bonita é sinônimo de mostrar-se. Segundo a autora, as diversas estratégias artísticas emaranham-se aos ágeis tentáculos do mercado e da mídia, não apenas para satisfazer os crescentes desejos de auto-espetacularização de seus protagonistas, mas também porque, na atual conjuntura, é preciso conquistar as vitrines midiáticas e saber “vender-se” para poder existir ou “ser alguém”. É o que pode ser encontrado no *Instagram* ou *Facebook*, como demonstra esta pesquisa, especialmente no fato de que as *SuicideGirls* participantes deste estudo têm, por objetivo, a utilização dos seus corpos pornificados e adequados aos padrões de beleza para sua subsistência como influenciadoras digitais.

Mas Sibilia (2018) compreende que, agora, não é a visão do corpo nu e nem a ousadia sexual o que incomoda as sensibilidades ou perturba os valores vigentes. Ao contrário, aliás; essa exposição é estimulada, mas há uma ressalva: desde que os contornos da silhueta exposta sejam lisos, retos e bem definidos. "Eis a ardilosa 'moral da boa forma' que sustenta e atíça nosso 'culto ao corpo', um fenômeno que se inscreve quase exclusivamente no âmbito do visível e submete a silhueta humana a uma codificação extremamente rigorosa" (SIBILIA, 2018, p. 187). Assim, na modernidade tardia, o corpo se tornou ao mesmo tempo extremamente visível, hiperexposto e incitado a se mostrar cada vez mais desprovido de roupas ou de qualquer outra barreira contra os olhares alheios. No entanto, ele é "sutilmente censurado ou silenciado, em sua espessura carnal e em sua vitalidade cheia de órgãos. De algum modo, portanto, na 'sociedade do espetáculo', o corpo foi condenado a virar – ele também – uma imagem" (SIBILIA, 2018, p. 188).

Neste sentido, o cenário em que as *SuicideGirls* estão inseridas é de uma modernidade tardia em que a ética da estética prepondera, especialmente a *cuteness*, a partir de performances do cotidiano voltadas, muitas vezes, para o universo *geek*. A cola que une todas essas esferas é a pornocultura, que será deslindada a seguir.

3.3 Pornocultura, pornificação do olhar e de si

Conforme Attwood (2006), a sexualidade parece permear todos os níveis de nossa experiência, e a sua natureza “escorregadia” torna cada vez mais difícil definir o que queremos dizer com o termo “sexualidade”. “É, portanto, tanto em todos os lugares como em nenhum lugar do mundo pós-moderno, central e decente, a mais óbvio e a mais ambíguo das ‘coisas’” (ATTWOOD, 2006, p. 89, tradução nossa). Assim, cria-se uma “cidadania sexual”, principalmente como efeito colateral do capitalismo. Isso porque, conforme a autora, as questões de emancipação, inclusão, pertença, equidade, justiça, direitos e responsabilidades são tão importantes como as formas mais públicas de cidadania, mas, além disso, o privado e o cotidiano, esses “experimentos de vida” até então marginalizados em nossa sociedade, chegam a ser de importância central e pública (ATTWOOD, 2006, p. 90, tradução nossa).

Sarracino e Scott (2008) questionam, então, como a pornografia nos mudou. “Estamos então perguntando não como a pornografia tornou-se *mainstream*, mas, muito mais importante, como o *mainstream* tornou-se pornificado (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 3, tradução nossa). Eles vão além nas indagações, para saber como a pornografia mudou a maneira como nos vemos uns aos outros e a nós mesmos. “Como isso alterou nossas relações pessoais e nosso comportamento sexual? Como mudou a ordem social? Como ela moldou nossas identidades individuais e nossa identidade nacional (dos EUA)?” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 3, tradução nossa). Essas perguntas são o ponto dos pesquisadores para analisar o que eles chamam de pornificação (da cultura, do capitalismo, das relações, etc). Como exemplo, citam os anúncios que a estrela de cinema do então recém estreado Lagoa Azul, Brooke Shields, fez em 1980 para a Calvin Klein jeans. A peça mais famosa em vídeo mostra Shields em uma posição entre sentada e deitada, com as pernas abertas, botas e fivelas no estilo *cowboy*, camisa bege abotoada, de mangas dobradas, o longo cabelo crespo solto. A atriz assovia a melodia de uma tradicional música *folk*, *Oh my darling Clementine*. Ela olha para o espectador, para o assovio, e diz: “Você quer saber o que existe entre mim e minha Calvin Klein? Nada”. A atriz tinha quinze anos e se tornava um símbolo sexual familiar na América e no exterior. “Uma adolescente funcionando como um símbolo sexual já era, culturalmente falando, aceito como normal – graças em grande parte à influência de quebra de barreira da pornografia (como Garganta Profunda) em filmes de Hollywood” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 22, tradução nossa).

Os contornos do tabu haviam sido suavizados de modo que, nos anos 1990, a existência de crianças como objetos sexuais nos filmes, na televisão e nas propagandas havia se tornado culturalmente familiar (SARRACINO; SCOTT, 2008). Exemplo disso, segundo eles, são os concursos de beleza para meninas muito pequenas – cinco ou seis anos, e até mais jovens –, que se transformaram em uma indústria multimilionária de competições locais, regionais e nacionais nos Estados Unidos, envolvendo consultores e treinadores altamente remunerados, designers de vestuário, especialistas em maquiagem e assim por diante.

Outro exemplo da pornificação cultural são as gêmeas Olsen, que chegou ao ápice, na análise de Sarracino e Scott (2008) em um artigo da revista *Rolling Stone*, que reconheceu, mais tarde, a pedofilia latente de sua manchete. As gêmeas Mary-Kate e Ashley foram chamadas de “fantasia favorita da América”. A matéria foi publicada em 2003, quando as irmãs tinham 17 anos. Os autores defendem, ainda, que, na década de 1990, não só as crianças se tornaram completamente sexualizadas em filmes, propagandas e marketing, mas algo mais geral começara a ocorrer: a sexualização de quase todos, independentemente da idade ou do status na sociedade. “Estamos chegando a ver a nós mesmos e uns aos outros em termos sexuais em primeiro lugar, independentemente da idade e de sua condição social, profissional ou social” (SARRACINO; SCOTT, 2008, p. 29, tradução nossa).

Para Sarracino e Scott (2008), as estrelas da pornografia, como as celebridades em geral, tornaram-se não só culturalmente aceitas, mas objetos de emulação. Livros como “Como fazer amor como uma estrela pornô” e “Como ter uma vida sexual pornô”, foram publicados por estrelas da *Vivid* entre 2004 e 2005, que atuavam como educadoras de um público ansioso para aprender seus segredos sexuais.

A pornificação do cotidiano, nos termos de Attimonelli e Susca (2017), é, na modernidade tardia, visível não apenas online, mas também nos acessórios das lojas e dos mercados, no design e na linguagem corrente; por consequência, decorre de uma edulcoração do pornô de largo acesso, regenerado em uma infinidade de práticas sempre novas através de um jogo de reversibilidade constante entre o íntimo e o compartilhado, o privado e o público, o pessoal e o coletivo.

Para Attimonelli e Susca (2017), a pornificação do cotidiano, de um lado, e a eliminação da censura que atinge o discurso sobre o pornô, de outro, liberaram dinâmicas que tratam do limite entre as esferas pública e privada, como os inumeráveis sites pornôs cujos conteúdos são publicados online por simples usuários. Se os anos 2000 expandiram

os territórios do pornô a setores cada vez mais vastos, eles deslocaram o limite do que era considerado ilícito e ofensivo,

a ponto de o julgamento passado de certo feminismo da primeira onda contra o abuso do corpo feminino na indústria cinematográfica parecer, sob vários aspectos, um pálido campo de batalha, seja porque a pornocultura mais reacionária penetrou pela capilaridade cada recanto do cotidiano, do *pub* ao *design*, dos *talkshows* aos acessórios de vestuário, seja porque emergente de múltiplas modalidades de intervenção do corpo societal que *faz* pornô e que *é*, de certo modo, pornô. (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 106).

Attimonelli e Susca (2017) entendem que a atual ruptura epistemológica que emana do tecido social, captada pelas mídias e encarnada nos estilos de vida contemporâneos, dos quais a pornocultura parece ser a causa e o efeito, é uma mudança de paradigma densa de consequências para o futuro. “O imaginário de nossa época é impregnado de substâncias pornôs desde que esse magma, em toda a sua obscenidade, deixou de se limitar aos subterrâneos da vida cotidiana e ao *underground*, tornando-se corrente, estética difusa, espetáculo” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 24).

A pornocultura, a novo ver, é o equivalente contemporâneo da prostituição, condição primordial e privilegiada para compreender a modernidade. “Para esta [a pornocultura], em relação àquela [prostituição], a troca simbólica e afetiva, a dependência e a interdependência entre as pessoas implicadas parecem conferir mais importância que as questões materiais de natureza econômica e produtiva” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 27). O embrião da pornocultura, para os autores, é a internet. “Inaugurada para fins belicosos (Thanatos), em seguida foi desviada, com a cumplicidade sagaz do social, em máquina de prazer (Eros)” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 39). Segundo eles, foi a tela pequena, prelúdio do pornô 2.0, que atribuiu uma dignidade erótica aos corpos ordinários do cotidiano, erotizando a vida de todos os dias. Assim, seios, lábios, nádegas siliconadas são erotizados pela cirurgia estética (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017). E, conforme eles, a normalização do fetichismo implementada por volta dos anos 1980 (por meio de certas linguagens, como o videoclipe musical e a moda) é uma das etapas do percurso que levou à fase atual da pornocultura. “A partir desse quadro cibernético em que se promove a própria imagem, identidade eletrônica reconhecida como a representação mais fiel de si, as fotos dos perfis se embelezam inegavelmente com opções de vestuário *fetish oriented*” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 65). Para os autores, os perfis digitais (em redes sociais, especialmente) acumulam selfies e clichês que indicam uma frequência assídua de clubes dance e pós-rock à estética BDSM.

Em se tratando de redes sociais, os autores encaram a estética de filtros e retoques de imagens no *Photoshop e Instagram* como a mais forte concentração da fenomenologia *soft-fetish-porn*:

corpo lascivamente alongado em uma praia, ou numa cama, no momento de despertar, os pés nus bem em evidência, autorretrato de lábios vermelhos, turgescendo, úmidos e entreabertos, como se esperassem ser preenchidos, em enquadramentos *instagramados*, com filtros apropriados (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 66).

A pornocultura é amplamente difundida pela ideologia capitalística na modernidade tardia. Para os autores, é impossível abstrair esse contexto do *sex appeal*, ou seja, da invocação e da evocação do sexo, que continua a ser o primeiro argumento econômico, agora comumente aceito pelo mercado, mesmo que as famílias de consumidores e de compradores atentos às políticas de gênero o julguem ainda imoral (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017). Há, segundo eles, muitos projetos feministas que testemunham a existência de um agente mais atento aos meios de valorizar os efeitos da pornocultura do que em busca de justificações para legitimá-la.

Essa difusão de sinais atribuíveis ao imaginário sexual invadiu os meios do vestuário e cosmético, assim como o do *design* do grafismo e, portanto, mais globalmente, da estética publicitária (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017). À vista disso, de acordo com os autores, o pornô não se limita mais a um nicho restrito da população, composto sobretudo de homens considerados “pervertidos”, e vive uma expansão tal que irriga múltiplos interstícios do cotidiano.

“Agora, a potência societal é de tal modo orientada à pornificação do cotidiano que parece governada por uma razão *pornofetichista* em contínua emergência, esmagadora e excedente” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 113). Isso porque, segundo os autores, a hipervisibilidade do eu, graças às selfies e aos lugares em que esse eu é celebrado, transformou profundamente a relação com a imagem fotográfica fetiche. Nessa esteira, eles questionam: “que tipo de corpo é considerado publicável em uma plataforma como o *Instagram*?” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 119).

A estética do *Instagram* é permeada de tipologias de imagens, cuja vocação pornoerótica explícita não deixa dúvida: elas, inclusive, são socialmente integradas, da publicidade aos programas televisivos, até a pornosfera on-line. Assim, Attimonelli e Susca (2017) perguntam: de que maneira e até que ponto o sexo se insinuou no imaginário cotidiano?

Excesso de pelos, axilas cabeludas, nudez, pés, pregas de pele em porções do corpo tornadas irreconhecíveis pelo excesso de *zooms*,

alusões explícitas, enchementos e protuberâncias, poses pornoeróticas masculinas e femininas, em companhia de gatinhos e pratos elaborados, contribuíram para fazer do *Instagram* uma rede social de forte conteúdo erótico. As imagens amadoras no estilo *fetish*, *gayporn*, *bear*, BDSM estão efetivamente em primeiro plano nesta plataforma que se propõe como um simples recipiente. Mas então quem estabelece o ponto até onde o potencial sexual de uma fotografia pode ser estimulado, e como a comunidade integrou o limite tácito sob o qual uma imagem, mesmo ousada, se legitima e autodetermina em uma rede social que não é *porn-oriented*? (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 119-120).

Mas eles ressaltam que a pornocultura presente nas redes sociais não são exclusividade da internet: “para além do bem e do mal e de toda tentativa eventual de condenação de seus efeitos na moral pública, nádegas, seios, pelos pubianos, coxas afastadas, bocas abertas, e assim por diante, estão em toda parte” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 122).

Os autores trazem à tona o conceito de carne eletrônica, que traz em si a potencialidade de liberar o excesso sensual longamente reprimido, entre outros, pela fé cristã ocidental, e de refundar a condição da imagem do corpo, disseminando, de uma parte, um imaginário objetivo da corporalidade erótica tornado imediatamente disponível online, e nutrindo, de outra parte, de desejos e volúpias os corpos offline. “Estamos ao mesmo tempo presentes e distantes emocionalmente, o que encontra no momento atual sua concretização na pornocultura eletrônica” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 125). A vida digital engloba, assim, um olhar tátil, “um laboratório de desconstrução e de regeneração do corpo – a partir da carne e desembocando na carne eletrônica – como dispositivo eletrônico e órgão sexuado” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 134).

Em concebendo que a modernidade tardia, especialmente após o surgimento das redes sociais digitais, configura uma (nova) sociedade do espetáculo, a parábola da mercadoria e do corpo erotizado “é a epopeia de um estímulo contínuo que culmina na dissipação de uma promessa cada vez mais estrondosa que desemboca na angústia, de um desnudamento progressivo do sujeito constantemente excitado para a satisfação e reativação de seu desejo” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 133). É um tempo, para os autores, de uma erotização difusa da vida. “O pornoerotismo 2.0 exhibe a vida cotidiana, mesmo simulada, até confiar-lhe o cuidado de organizar e de interpretar o espetáculo” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 143).

Portanto, não parece mais pertinente tratar este como um fenômeno de nicho e um gênero narrativo específico. “A Web 2.0 e seus adeptos, ao contrário, consagraram o advento da pornocultura, esta sensibilidade que atravessa a tela e contamina todos os

aspectos da vida social” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 138). Segundo eles, a ocidentalidade está imersa em uma realidade pornocultural cujas redes são, ao mesmo tempo, a causa, o efeito e a grande caixa de ressonância. Dessa forma, “a carne torna-se o sentido primordial do imaginário contemporâneo” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 142).

Para os autores, o que move a modernidade tardia é o pornô. Ele insinua “um estilo de vida calibrado no apetite sexual mais do que na satisfação no trabalho, na conduta lasciva substituindo a continência de cunho burguês, na subtração do dever em nome de um hedonismo sem escrúpulos, além da moral” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 142-143). Nessa lógica, o objetivo último e primeiro do capitalismo é a pornocultura, produtora e produto do próprio capitalismo, em uma infinita espiral recursiva. “A pornocultura é sentido comum em todos os sentidos” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 144).

Ao ser compreendida como modelo econômico pelos autores, a pornocultura teria, para eles, um quê de revolucionária, ao minar “as bases do poder e do saber em vigor, recheando-as de valores, éticas e estéticas que destoam desses últimos” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 147). Ela serve como nova lógica para impulsionar o capitalismo, que precisa se adaptar às necessidades por ele mesmo criadas a partir da internet. A máquina de trabalhar (GUATTARI; ROLNIK, 1996) consegue, a partir da pornocultura, ser também máquina desejante, sem que haja prejuízos à ideologia capitalística. “O empregado, o criador ou o trabalhador autônomo, com um só clique, [é convidado] a abrir uma bolha de prazer no espaço-tempo reservado aos deveres” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 148). Isso porque não há mais barreiras, mas porosidades e afinidades recíprocas entre o pornô e o resto do sistema comunicativo, conforme apontam os autores.

A oferta de pornô impregna as diversas narrativas online, nas mídias tradicionais e nos espaços urbanos, cujas histórias são, de maneira cada vez mais acentuada, inervadas de sinais e abordagens *sexys* (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017). Para os autores, a dinâmica do mercado desemboca em uma espiral em que apenas aqueles que engendram o excesso fazem falar de si e conseguem perceber as preciosas mercadorias da economia contemporânea: a atenção sensível, a empatia e, coisa ainda mais rara, a excitação dos usuários. Essas pessoas são como as participantes desta pesquisa, cujo escopo de trabalho reside exatamente nessas mercadorias.

As transmissões ao vivo no *Facebook*, bem como a *Periscope.tv*, o *Instagram* e *Whatsapp*, apresentam, como afirmam Attimonelli e Susca (2017), conteúdos voluptuosos em que, muitas vezes, o usuário e o conteúdo tendem a coincidir: “encenam uma condição em que o ato erótico reveste-se de importância apenas – e mesmo, não é plenamente vivido – na sua exposição ao olhar, ao sorriso, ao *like*, ao *smiley* e, em definitivo, ao toque do outro” (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017, p. 158).

Se pornocultura atinge a sociedade como um todo, é preciso reforçar o fenômeno da pornificação de si. Attimonelli e Susca (2017) indicam que a matriz fetichista que impregnou o imaginário do fim do século XX e inaugurou o novo milênio se insinuou, ao contrário, em nosso cotidiano, até integrar suas pontas mais radicais, visando produzir volúpia e prazer. As meias arrastão, o verniz preto, a lingerie preta revelada por decotes, as rendas e transparências oferecidas à vista, os sapatos com tiras e as botas de salto altíssimo não estão restritos a clubes de práticas sexuais, mas nas vitrines de lojas de departamentos ao alcance de qualquer corpo.

Baltar e Barreto (2014) entendem a pornificação de si como “um sintoma geral de um contexto histórico que mobiliza a ideia de que dar-se a ver ao olhar público alheio é um desejo, um direito e uma fonte de prazer” (BALTAR; BARRETO, 2014, p. 267). As pesquisadoras sugerem a ideia de que o prazer contido na construção narrativa das imagens é intensificado pela pornificação de si e, em se tratando de redes sociais digitais, o indicativo primordial é o consentimento e o compartilhamento. “A emulação do repertório associado à imaginação pornográfica, a sexualização e a pornificação do próprio corpo são entendidas como fontes de engajamento do consumo dos corpos e do próprio prazer” (BALTAR; BARRETO, 2014, p. 268). Para além disso, é importante lembrar que, conforme Foucault (1999), uma das maiores transgressões detectadas é quando o indivíduo sacia sua “vontade de saber”, muitas vezes mais profunda do que racional. Daí vem a aceitação ao discurso sobre o sexo: a vontade de saber serve ao sexo como suporte e instrumento (FOUCAULT, 1999). Para o autor, “tais apelos, esquivas, incitações circulares não organizaram, em torno dos sexos e dos corpos, fronteiras a não serem ultrapassadas, e sim, as perpétuas espirais de poder e prazer” (1999, p. 45). As modelos *SuicideGirls*, ao realizarem transmissões ao vivo, podem fazê-lo também por vontade de se verem, de se conhecerem sendo pornográficas, de assistirem suas próprias performances, já que o aplicativo mostra, antes de mais nada, um espelho.

Para compreender esse processo, é importante também levar em conta a pornificação do olhar. Especialmente em relação aos seios, Sibilía (2015) fala a respeito

da proibição da exposição de mamilos femininos pelo *Facebook* e *Instagram*: a velha censura provocada pela exposição da nudez feminina, considerada ‘indecente’ (SIBILIA, 2015, p. 40, tradução nossa). Ela aponta que, não há apenas um auto-controle dos usuários, que acatam essas normas de forma voluntária sabendo que qualquer material “inapropriado” corre o risco de ser denunciado e desativado, mas também há uma “ação ativa dos sistemas informáticos e dos empregados dessas companhias, que se ocupam de apagar tudo o que exceda seus parâmetros morais e legais” (SIBILIA, 2015, p. 40, tradução nossa). A autora questiona:

O que insinua tudo isso sobre nossa cultura, particularmente sobre nossa moralidade e das relações que somos capazes de ter com os corpos, próprios ou alheios? O que se considera obsceno hoje em dia e por quais motivos? Que tipos de imagens podem ser mostradas nesta era de saturação da visibilidade e sob quais condições? É impossível ignorar que todos os acontecimentos recém referidos ocorreram em um ambiente cultural no qual a nudez não parece capaz de escandalizar alguém. (SIBILIA, 2015, p. 41, tradução nossa).

Para Sibilía (2015), o centro do conflito parece residir em certas mudanças ocorridas nos modos de olhar, que são historicamente constituídos e se desenvolvem dentro de determinados regimes de visualidade. Os corpos humanos, para a autora, constituem peças chave nessas mutações, sobretudo quando se apresentam parcial ou totalmente nus, devido à intensa radiação simbólica e emotiva que essas visões costumam provocar.

Essas conclusões coincidem com o olhar genealógico aqui proposto: a erotização dos seios femininos não é um feito universal, inscrito na mera biologia da espécie humana; tampouco se manifesta de forma idêntica em todas as culturas, e nem sequer permaneceu estável em nossa própria tradição. (SIBILIA, 2015, p. 49, tradução nossa).

Conforme a autora, o corpo nu começou a adquirir as conotações eróticas hoje habituais no final da Idade Média, mas o seio feminino ainda permaneceria alheio a essa mutação até o século XVIII, com o surgimento do "amor romântico" e das formas modernas do sentimento conjugal. “Nesses novos rituais de sedução, os seios passaram a desempenhar um papel primordial, arrebatando os olhares e ganhando outros sentidos” (SIBILIA, 2015, p. 50, tradução nossa). Enquanto sua carga mística agonizava e se desativaram suas potências comoventes no plano espiritual, o saber anatômico e a indústria pornográfica foram capturando os olhares até terminarem por envolvê-los em suas próprias lógicas (SIBILIA, 2015).

Com o avanço da modernização e a construção de espaços laicos, passou a ser impossível não ver nas imagens de seios nus algo da ordem da sexualidade: para além da

instrumentalização médica referente à reprodução ou a doenças, os seios são vistos pela via do erotismo e do desejo (SIBILIA, 2015). Assim, à medida que a carga religiosa dos seios (o Renascimento e o Barroco foram repletos de imagens da virgem Maria amamentando o menino Jesus e até mesmo santos católicos, como o visto na Figura 9) foi perdendo força, essas imagens passaram a irradiar outras conotações, associadas ao domínio médico e ao universo erótico. Junto a esses deslocamentos de sentido, também mudaram os valores morais e as conseqüentes condenações a que essas imagens incitam (SIBILIA, 2015).

Figura 9 - Lactação de São Bernardo



Fonte: Murillo, atualmente no Museu do Prado, em Madrid

“Assim, a exposição do seio nu foi condenada à obscuridade sob o argumento de ser sexualmente explícita, em uma fúria que tem um perfil mais burguês que cristão e, incrivelmente, para perdurar até hoje” (SIBILIA, 2015, p. 55). O certo é que um seio nu não passa incólume por onde quer que se exponha. Até mesmo não usar sutiã sob a roupa é considerada uma atitude transgressora. Sibilía (2015) aponta o paradoxo que representa o fato de que, quanto mais o mundo foi evoluindo tecnicamente, mais se passou a rechaçar a exposição de determinadas zonas da anatomia humana, condenando à infâmia aquelas imagens que promovam insinuações sexuais, consideradas excessivas para uma moralidade cada vez mais moderna e menos medieval.

A pornificação de si e do olhar se dão em uma ação recursiva, em um contexto pornocultural em que é possível detectar o que McKee, McNair e Watson (2015) entendem por pornosfera. Para os autores, a expansão e o aumento da acessibilidade do material pornográfico em ambientes de mídia digital aceleraram o surgimento de uma pornosfera expandida, dentro da qual os textos sexualmente explícitos circulam e são consumidos em quantidades sem precedentes, com relativamente poucas restrições em comparação com a era analógica de artefatos físicos, como revistas, fitas de vídeo e DVDs. Para eles, a pornosfera é uma parte da esfera pública, que extravasa o privado e torna-se um *locus* de dissidência política e cultural, incluindo, mas não unicamente, o uso de metáforas e ícones sexuais.

A evolução da pornosfera, para McKee, McNair e Watson (2015), está ligada a mudanças tanto na tecnologia de comunicação como na cultura política. “As tecnologias digitais permitiram que um engajamento público expandido com a política sexual fosse acompanhado de maior acesso e consumo de representação ou conhecimento sexual” (MCKEE; MCNAIR; WATSON, 2015, p. 163, tradução nossa). Dessa forma, a pornosfera, como a esfera pública, se expandiu e se transformou ao longo do tempo. Segundo os autores, sucessivas ondas de tecnologia expandiram a pornosfera até o ponto em que conteúdos de caráter sexual podem ser acessados ou pessoas com esse objetivo podem ser conectadas a qualquer lugar do mundo onde a comunicação digital está disponível.

Nesse sentido, houve mudanças concretas na posição cultural da pornografia, nas formas de representação sexual e na visibilidade pública das diversas culturas sexuais. Como expõe Susanna Paasonen (2016), isso ocorre especialmente quando a pornografia se conecta à onipresença de dispositivos inteligentes e redes mídia, mas há pouco acordo sobre sua significância ou implicações sociais mais amplas. Conforme ela, a pornografia

ainda está associada à desigualdade de gênero, ao sexismo e à violência contra as mulheres, além de ser vista como geradora de entendimentos tendenciosos e expectativas em relação à sexualidade. Nessa perspectiva, para a pesquisadora, a pornografia envolve a reprodução normativa da mesmice e uma lógica de mercadoria que, em última instância, apoia as hierarquias sexualizadas de privilégio e opressão, e sua integração está, portanto, distanciada do progresso social. De acordo com a narrativa mais frequentemente e amplamente reiterada de pornografia, ela dá origem a uma acumulação de efeitos negativos sobre a vida de pessoas mais jovens e mais velhas. No entanto, Paasonen (2016) afirma que essas alegações não estão necessariamente apoiadas em pesquisas empíricas.

Paasonen (2016) elenca uma série de estudos que ligam a pornografia com o surgimento de diversos públicos sexuais, com avanços na igualdade de gênero e nos direitos das minorias sexuais. Eles demonstram, por exemplo, que não só a pornografia educa seus consumidores quanto à diversidade de desejos, práticas e orientações sexuais, como também se conecta com sua crescente aceitação social nas sociedades ocidentais industrializadas. Em vez de ver a entrada da pornografia na esfera pública como uma ação contra as mulheres ou melhorias na igualdade de gênero, ela é associada à “democratização do desejo” e “à entrada de grupos tradicionalmente excluídos e marginalizados na cidadania sexual” (PAASONEN, 2016, p. 02, tradução nossa), alimentadas pela mercantilização capitalista – um desenvolvimento contrário aos testemunhados em teocracias autoritárias caracterizadas pela opressão das mulheres e das minorias sexuais.

Assim, para Paasonen (2016), a sexualidade não é meramente uma questão pessoal de preferência e orientação, mas também uma questão pública ligada à cidadania. A autora analisa que, embora as transformações na legislação antidiscriminação sejam locais, as tendências mais amplas com as quais se conectam são apoiadas pelos fluxos globais do capitalismo, pelas redes de mídia e comunicação e pelas imagens da cultura popular que afetam as maneiras de perceber a sexualidade e intimidade. Sendo assim, a pesquisadora entende que a disseminação e o alcance das comunicações em rede e a velocidade da circulação de imagens, textos, argumentos, notícias e ideias promove fluxos relacionados a identidades, práticas, gostos, orientações, direitos e regulamentos sexuais.

A integração do sexo é, portanto, marcadamente globalizada e localizada em suas ressonâncias. Como tal, ela estimula fricções, confrontos e incongruências entre fluxos globais e culturas locais, normas e convenções incorporadas em princípios religiosos,

morais e políticos (PAASONEN, 2016). Paasonen frisa, ainda, que a democratização e a publicidade da sexualidade no contexto da cultura de consumo capitalista também envolvem a regulamentação de práticas e identidades sexuais, muitas vezes de maneira previsível. Para ela, o imperativo da sensualidade combinado com a desejabilidade, por exemplo, não substituiu o imperativo da beleza nas vidas das mulheres jovens, bem como contribuiu com uma camada normativa adicional. Efeitos regulatórios similares são evidentes em como os tipos de corpo e as categorias de pornografia continuam a alimentar os sites de namoro e aplicações como vetores de reconhecimento.

Na próxima parte, este trabalho irá apresentar de que forma se apresentam, performadas em práticas discursivas que se manifestam tanto nas respostas às entrevistas quanto nos vídeos analisados, as ideologias de poder capitalístico e feministas que pressionam a subjetivação das *SuicideGirls*.

4 TERCEIRA PARTE – ANÁLISE DE DISCURSO

Esta parte apresentará a análise dos discursos das entrevistas semiestruturadas das quatro participantes desta pesquisa, bem como de suas transmissões ao vivo na página da empresa *SuicideGirls* no *Facebook*. Serão apresentadas, a seguir, as detecções de paráfrases e metáforas de cada uma das participantes, tanto nas entrevistas quanto nos vídeos, conforme a metodologia proposta por Pêcheux (2015), Orlandi (2015) e Foucault (2016). Por se tratar de uma análise de discurso com viés deleuziano e foucaultiano, as detecções de paráfrases e metáforas foram dispostas individualmente, em vez de obedecerem a critérios por assuntos, para que seja melhor compreendido o discurso de cada uma das participantes em uma linha de pensamento contínuo. Essa prática também é adotada para que sejam respeitadas as subjetividades que, depois, irão compor a moldura discursiva vista sob uma ótica panorâmica.

Para não prejudicar a análise, as formações discursivas foram transcritas mantendo sua característica de coloquialidade, o que trará algumas gírias e contrações de palavras nas transcrições. As falas ditas pelas entrevistadas estão negritadas, para salientar e diferenciar quais são os dizeres das participantes e as subsequentes análises elaboradas pela pesquisadora. Por não fazerem parte do foco desta pesquisa neste momento, somente os comentários dos usuários do *Facebook* nas transmissões ao vivo que foram respondidos de alguma forma pelas participantes estão incluídos nesta análise.

Para manter o anonimato das *SuicideGirls* participantes deste estudo, são omitidos seus nomes, as datas em que foram realizadas as transmissões ou quaisquer características que as possam identificar, inclusive *prints* das transmissões. Na discussão dos resultados, são apontadas as conclusões teóricas que emergem do material coletado, para responder ao problema de pesquisa desta dissertação.

4.1 As *SuicideGirls* participantes

As entrevistas das participantes foram realizadas em fevereiro de 2018. Para todas, foi oferecida a possibilidade de resposta às perguntas por videoconferência, o que foi aceito apenas pela participante 2. As demais foram ouvidas por ligação pelo *Whatsapp*. Elas receberam, por meio eletrônico, o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (em anexo a esta pesquisa). As entrevistas foram gravadas e degravadas.

A participante 1 tinha 25 anos, é modelo *SuicideGirl* oficial desde 2016 e também atua como recrutadora de *hopefuls* (aspirantes a modelos da empresa) para o site. Iniciou graduação de *design* gráfico, mas abandonou os estudos para se dedicar à profissão de maquiadora e fotógrafa, tanto de ensaios de nudez quanto de outros estilos, especialmente *lifestyle* (fotografia em que é retratado o estilo de vida, o cotidiano, da personagem). Ela é natural de São Paulo, onde morava no momento da entrevista com o marido. No início de 2018, tinha cerca de 34,5 mil seguidores no *Instagram* (apesar de informar, na entrevista, ter 28 mil); no seu perfil pessoal do *Facebook*, eram 639 seguidores; no *Twitter*, 282, e no seu canal no *YouTube*, 132 inscritos. O contato para a entrevista ocorreu a partir da indicação de outra *SuicideGirl*, que forneceu informações prévias sobre o funcionamento do site durante a realização do projeto desta pesquisa.

A participante 2 tinha 21 anos, era *SuicideGirl* oficial desde 2015, trabalhava como modelo e fotógrafa do site *SuicideGirls* como recrutadora para a região Sul do Brasil, bem como para trabalhos independentes, com ou sem nudez. Ela é natural de Porto Alegre. No início de 2018, tinha 179 mil seguidores no *Instagram* (apesar de informar, na entrevista, que tinha 128 mil, uma desatualização da própria participante sobre quantos seguidores tinha naquele momento); no *Twitter*, eram 6,5 mil seguidores; na sua página no *Facebook*, 8,6 mil seguidores, e no seu canal no *YouTube*, 78 inscritos. O contato para a entrevista também ocorreu a partir da indicação da mesma *SuicideGirl* que apontou a participante 1. A entrevista durou aproximadamente 30 minutos.

A participante 3 tinha 22 anos, *SuicideGirl* oficial desde 2017, trabalha como fotógrafa autônoma para ensaios de nudez e *lifestyle*. É natural de Goiânia e, no momento da entrevista, residia em São Paulo – não informou se morava sozinha ou acompanhada. No *Instagram*, tinha 19 mil seguidores (18 mil no momento da entrevista), no *Twitter*, 128, além de quatro patrocinadores em seu *Patreon* (site de financiamento coletivo de projetos individuais; os custos variam de U\$ 2 mensais para receber *selfies* diárias a U\$ 40 para fotos e vídeos sexy e “sem censura”). O contato para a entrevista ocorreu a partir da indicação da participante 2. A entrevista se deu por chamada de áudio do aplicativo *Whatsapp* e durou aproximadamente 20 minutos.

A participante 4 tinha 22 anos, *SuicideGirl* oficial desde 2016, trabalha como DJ e maquiadora. Chegou a cursar faculdade de estética, mas não deu seguimento à graduação. É natural de Praia Grande e residia, no momento da entrevista, em São Paulo, com seu companheiro e seu filho recém-nascido. Tinha 11 mil seguidores no *Instagram* e 1,1 mil em sua página no *Facebook*. O contato para a entrevista ocorreu por capturação

ativa, por meio de mensagem privada enviada pela pesquisadora em seu *Instagram*. A entrevista se deu por chamada de áudio do aplicativo *Whatsapp* e durou aproximadamente 20 minutos.

4.1.1 Detecção de paráfrases e metáforas na entrevista da participante 1:

Ao ser questionada se ela se acha bonita, a entrevistada afirma: **“sim, me acho bonita. Porque eu me olho no espelho e eu sou feliz, pela imagem que aparece no espelho. Porque, em questão a padrões impostos pela sociedade, eu já me senti muito feia. Hoje, atualmente, eu vejo beleza em mim”**. A participante 1 declara se achar bonita porque entende ter se libertado dos padrões de beleza ocidentais, apesar de se manter enquadrada neles, inclusive no que tange às modificações – tatuagem, *piercing*, alargadores, etc. Mesmo não vestindo manequim 36 – referência a uma foto no *Instagram* da modelo em que ela fala que não precisa vestir manequim 36 para se sentir bem – ela não é negra, não é gorda, não tem nariz grande, tem feições simétricas e seu corpo está dentro dos parâmetros para ser considerado sexy (seios fartos, nádegas médias e cintura fina).

Quando perguntada sobre que tipo de coisas a fazem se sentir feia, ela responde: **“ah, aquilo que é imposto, sabe? O manequim, o número que você usa a sua calça, sabe? As gordurinhas que, às vezes, você usa uma determinada roupa e fica aparecendo. E que tudo é muito crucificado, sabe? Você não pode ter, você não pode ser assim. Então esse tipo de coisa com o corpo me deixava muito infeliz. Hoje em dia eu já não tenho mais esse pensamento. Eu vejo beleza nisso, sabe?”**. Apesar de a entrevistada afirmar que vê beleza em não estar adequada aos padrões ocidentais de beleza, ela está inserida neles, dentro de um gradiente de parâmetros aceitáveis em um contexto pornocultural.

Segundo ela, o que a fez mudar de ideia foi o *SuicideGirls*. **“Não o site em si, mas o trabalho com fotografia, o sensual, o nu, ele me fez mudar a minha percepção de vista em relação ao meu corpo. A primeira vez que eu fiz fotos de nu, sensual nu, foi para o Suicide, e a primeira vez que eu vi as fotos eu fiquei muito emocionada porque, quando eu vi as fotos, eu me vi de outra maneira, de uma maneira que, normalmente, no dia a dia, eu não me via. Então, a fotografia me ajudou muito nesse sentido”**. A entrevistada afirma que as fotos sensuais fizeram-na mudar seu conceito em relação a si própria sobre sua beleza. A partir da nudez, ela passou a se enxergar como

alguém *sexy*. A fotografia, em que “defeitos” são esmaecidos em detrimento de “virtudes”, que são acentuadas, fez com que ela se entendesse dentro de um padrão *SuicideGirls*: mulheres nuas que fazem parte de um nicho de mercado de consumo de pornô soft, um *altporn* que se naturalizou, tornou-se *mainstream*.

Em relação à motivação para enviar fotos suas nua para o site, ela respondeu: **“o *SuicideGirls* era tipo um sonho que eu tinha desde a minha adolescência”**. Aqui, a entrevistada fala que era um sonho ser modelo do site, que existe desde 2001. Disso, pode-se depreender que a jovem conhecia o *ethos* que envolve o site: garotas tatuadas, com *piercings*, alargadores de orelhas, ou, como ela diz, modificadas, que expõem fotos de nudez. Mas, para além disso, esse *ethos* engloba, também, a exploração da sexualidade dos corpos *undergrounds/mainstreams* para a obtenção de vantagem econômica, que é o que a entrevistada, hoje, realiza. Em suma: seu sonho era participar ativamente da pornosfera e ganhar dinheiro realizando atividades envoltas em um caráter sexual, pornificado. Mesmo que haja um limite esfumado entre o pornô hard e o pornô *soft*, entre posar nua em um site pago e utilizar-se da fama que isso proporciona para a venda de lingerie, moda praia e, no seu caso, para trabalhos como fotógrafa e maquiadora, seu trabalho perpassa esses limites.

Ainda sobre o porquê de ter enviado fotos ao site, ela responde: **“eu sempre fui muito resolvida em relação ao nu. Eu sempre vi beleza. Não era algo crucificado no meu ponto de vista (...) E eu via aquelas mulheres, aquelas modificadas, com tatuagens e eu achava bonito (...) Eu queria ser como elas, porque eu achava que elas tinham muita atitude. E não era algo padronizado. Para você ser uma modelo tem que ser manequim 38, não pode ter cabelo colorido”**. A modelo utiliza a palavra **“crucificado”** para fazer antítese à palavra **“beleza”**: a nudez é, para ela, algo belo, e não crucificado. Ou seja, ela diz que nunca entendeu a nudez como algo a ser repreendido. Ainda, a participante fala que mulheres modificadas nuas têm atitude, ou seja, estão lutando contra uma padronização de condutas imposta, em que a beleza da mulher está ligada diretamente à magreza e às condições naturais do corpo – mesmo que este corpo não tenha nada de natural, como, por exemplo, as alterações promovidas a partir do uso de *Photoshop* para que as imagens das modelos estejam totalmente de acordo com o permitido pelos padrões de beleza para que apareçam em ensaios sensuais de revistas pornô. Apesar de existirem manipulações visuais nas fotos do *SuicideGirls*, nas transmissões ao vivo, essa manipulação decorre somente a partir da maquiagem e figurino da modelo, cenário, luz e enquadramento de câmera. De alguma maneira, todas as

técnicas levam para a modelagem dos corpos para os padrões de beleza ocidentais. As modelos *SuicideGirls* são, via de regra, magras, brancas, com narizes pequenos, boca carnuda e olhos grandes, seios grandes, nádegas redondas e médias, barrigas lisas, cintura fina, cabelos lisos e compridos. As modificações ficam a cargo das tatuagens, *piercings*, alargadores e tinturas no cabelo de cores como azul, magenta, verde, rosa, lilás e laranja. Como discutido anteriormente, esse tipo de corpo tornou-se normalizado, deslocou-se do *underground* ao *mainstream*.

Quando perguntada como ela lida com o fato de pessoas pagarem para ver suas fotos nua, ela responde: **“eu lido normal. Não tenho nenhum tabu quanto a isso, acho totalmente normal”**. Durante os cerca de 20 minutos de entrevista, a modelo usa a palavra **“normal”** apenas quando se trata de pornografia ou de nudez. Neste caso, ela afirma não ter nenhum tabu em relação ao fato de pessoas pagarem para vê-la nua. Há um contraste entre essa afirmação e a atitude em relação ao que ela diz fazer quando pedem para vê-la nua nas transmissões ao vivo.

A etimologia da palavra “tabu” é proveniente de um conceito tradicional polinésio⁴² que aponta para o que é sagrado e contém proibição implícita. Segundo o *The Penguin Dictionary of Sociology*, o termo tabu é o símbolo de pertencimento de um determinado grupo, o sistema simbólico que expressa o intercâmbio entre natureza e cultura, animalidade e sociedade. O conceito de tabu é também central para o entendimento da ideia de profanação (ABERCROMBIE; HILL; TURNER, 2006, p. 391).

Portanto, quando a *SuicideGirl* fala que não é um tabu o fato de pessoas pagarem para vê-la nua, pode-se depreender que ela não entende ser algo proibido ou que deva ser feito às escondidas, e também que ela não tem – ou afirma não ter – vergonhada prática.

Sobre quais são os benefícios em ser uma *SuicideGirl*, a garota responde: **“o *SuicideGirls*, ele abre muitas portas nesse meio né, de fotografia, de modelo. E, por exemplo, o *Instagram* do *Suicide* tem mais de sete milhões de seguidores. Então, você acaba tendo portas abertas para divulgação. O *SuicideGirls* não te dá uma renda, mas ele te dá um bom destaque. Então, você como modelo ou como fotógrafo, você consegue ter uma divulgação boa nos seus trabalhos. Não dá para você viver de *SuicideGirls*. O *SuicideGirls* não te paga um salário, mas ele te abre portas para o mercado de trabalho”**. A entrevistada encara a publicação de suas fotos como uma alavanca para seu trabalho como modelo e fotógrafa. Apesar de não haver pagamento

⁴² Disponível em Polynesian Lexicon Project Online – <https://pollex.shh.mpg.de/entry/tapu/>

além do *book* de fotos de nudez, o retorno, para ela, compensa a partir do reconhecimento que a plataforma promete em termos de seguidores – o que representa importância nas redes e, por consequência, mais chamados para fazer fotos e fotografar. Sobre a frase **“então, você como modelo ou como fotógrafo, você consegue ter uma divulgação boa nos seus trabalhos”**, depreende-se que a divulgação é referente a fotos de *soft porn*, mas, em se tratando de um contexto pornocultural, outras frentes de trabalho se abrem, especialmente para campanhas publicitárias. Neste sentido, como já apontado nesta dissertação, a publicidade foi a primeira área que se utilizou do pornô para ampliar seu espectro de sedução para as vendas.

Ainda sobre a relação dela com a nudez, a participante 1 fala o seguinte: **“eu não tenho problema com nudez. Eu, particularmente, na minha vida, eu gosto de ficar nua. Na minha casa eu fico nua. (...) a nudez na fotografia para mim não é um tabu. (...) É algo natural, algo bonito. Não é algo vulgar. Quando a gente pensa em nudez, em foto ou vídeo, a gente liga meio que à pornografia. Eu pelo menos tive muito essa visão. E, na verdade, não é assim. O nu é uma arte e tudo vai depender de como você faz o ângulo, a pose, a mensagem que você quer passar. (...) Eu acho algo bonito. Eu acho algo natural”**. A entrevistada não entende a nudez como algo vulgar, utilizando essa palavra com alto teor de criticidade. Vulgar, na fala dela, não é utilizado como sinônimo de algo comum, cotidiano, mas sim de algo de mau gosto, ruim. Em seguida, ela refere que a nudez não é somente algo pornográfico, e dá sentido moral. Ela pondera que algo ser pornográfico é ruim, e retira da nudez esse caráter. Se a nudez não é pornográfica, significa que ela não é ruim. Se fosse, seria ruim, de mau gosto, vulgar. Ainda, importante ressaltar que ela entende o nu como arte e que, sendo assim, a pornografia não pode ser artística.

Quando questionada se vê fotos ou vídeos pornográficos, ela responde: **“Pornografia não é algo que eu fico vendo, mas eu acho tranquilo. Às vezes, eu estou com o meu marido e tenho vontade de assistir pornografia. Assistio. Mas não é algo assim, vivo por isso, quero, preciso disso, não. Para mim é algo normal. Mas não dá para comparar, pelo menos no meu ponto de vista, não comparo a pornografia, ou uma atriz pornô, por exemplo, com algo que eu faço, porque o que eu faço são fotos. Tem meninas que fazem *camgirl*. Que fazem fotos mais voltadas para o pornô, mas não é bem o que eu faço com a minha imagem”**. Ao dizer que pornografia é algo **“normal”**, a modelo dá a entender que não é algo extraordinário para ela e que vê em momentos privados. Ela enfatiza que não é um tipo de produto midiático do qual é

consumidora assídua, ou seja: reitera a necessidade de delimitar o seu trabalho como algo diferente de pornografia. E essa distinção, esse limite que ela própria impõe, faz parte da performance de “garota recatada”, que aparecerá, mais adiante, na entrevista. A construção de uma personagem recatada para as fotos nuas no site *SuicideGirls*, que perpassa o sentimento dela em relação às transmissões ao vivo que realiza, é também uma estratégia de submissão e aceitação da norma. Nesta resposta, mesmo sem que a pesquisadora tenha perguntado, a entrevistada reforça uma necessidade de dizer que as fotos de nudez que ela vendeu para o site *SuicideGirls* não são pornográficas. Ela não se entende como uma estrela pornô, fala que não faz parte do universo pornô. Ainda, com a afirmação **“mas não é bem o que eu faço com a minha imagem”**, pode-se compreender uma intenção de distanciar o pornô do *SuicideGirls* (que é um site pornô – de *soft porn*) de outros produtos pornô, seja *hard* ou *soft core*.

Ainda sobre essa formação discursiva, quando a participante fala que **“tem meninas que fazem *camgirl*. Que fazem fotos mais voltadas para o pornô”**, cabe ressaltar que, como já apresentado no segmento teórico desta pesquisa, as *camgirls* não são, historicamente, produtoras de conteúdo unicamente sexual – inclusive, as próprias *SuicideGirls*, ao fazerem performances ao vivo no *Facebook* ou em outras plataformas, realizam exatamente a mesma prática, assim como *YouTubers*. A prática de *camming* não está diretamente relacionada ao pornô.

Em seguida, ao ser perguntada se ela se sente uma estrela da internet, uma influenciadora digital, a resposta tenta ser assertiva: **“Não, de jeito nenhum. Não me vejo uma estrela da internet, não me vejo uma influenciadora. Inclusive eu até comecei a fazer um canal no *YouTube*, mas não dei continuidade. Eu simplesmente tenho sim alguns seguidores. Agora eu estou com 28 mil seguidores no *Instagram*. Eu não acho muito comparado as outras *Suicides*, mas são o meu público, são pessoas que gostam de me acompanhar. E eu me sinto feliz e confortável de saber que eu tenho pelo menos 28 mil pessoas que me acompanham, que me seguem, que gostam de ver e que me mandam mensagens me elogiando, me parabenizando, ou falando ‘nossa, o texto que você falou sobre corpo mexeu comigo, me fez me ver de outra maneira’. Mas eu não me vejo como estrela, de jeito nenhum”**. A performance da entrevistada em apresentar-se modesta combina com a de recato que se mostrará logo depois. Ao dizer que tem poucos seguidores e ignorar o crescimento de 460% em pouco

mais de um ano de atividade no site *SuicideGirls*, ela vai preenchendo as características necessárias para a composição da personagem menos agressiva no mercado.

Ainda sobre o mesmo tema, a participante diz que, pouco tempo depois de ingressar no site, tinha 5 mil seguidores: **“nossa. Foi a maior felicidade, né? Porque, querendo ou não, são 5 mil pessoas que estão ali, te vendo, te acompanhando. E eu já ficava muito entusiasmada com aquele número. Hoje, eu tenho 28 mil, mas eu não sinto que ‘nossa, é uma legião de pessoas’, mas eu também não fico naquele fanatismo que ‘nossa, eu preciso ter seguidores’. Tem meninas que ficam assim, né. Que querem a todo custo. Eu já sou bem tranquila quanto a isso”**. Aqui, a entrevistada explica a lógica do seu mercado de trabalho. Ao contar que começou sua carreira com 5 mil seguidores, ela faz a diferenciação entre figuras públicas – ou influenciadores digitais – e pessoas comuns, que tem menos seguidores. O modo de vida da entrevistada é fotografar e ser fotografada. Logo, ela explicita, na entrevista, uma performance que circunda um estilo econômico menos agressivo. Há uma crítica implícita na **afirmação “não fico naquele fanatismo que ‘nossa, eu preciso ter seguidores’. Tem meninas que ficam assim, né”**. Essa crítica reforça a afirmação subsequente que ela é **“bem tranquila”** em relação à concorrência no mercado de seguidores.

Sobre os pedidos de pessoas para que mostrasse genitais durante as *lives* no *Facebook* do *SuicideGirls*, a entrevistada afirma que **“as transmissões, tanto por Instagram ou Facebook no Suicide, ele (o site) é muito restrito. Então, não pode ter nudez, não pode ter uso de drogas...”**. Neste trecho da entrevista, vê-se claramente a manifestação da força da sociedade de controle sobre a participante. O fato de não poder ter nudez é uma regra amplamente difundida e faz parte do saber-fazer, da técnica das modelos no *Facebook*. Não há questionamento a respeito do porquê: a modelo transparece que, para ela, é uma obviedade que não pode ter nudez em redes sociais, e que é algo comparável a mostrar o uso de drogas ilícitas em redes sociais. Aqui, ela demonstra que a nudez gratuita e o uso de drogas ilícitas têm para ela o mesmo peso social de contrariedade às normas e são, assim, igualmente nocivas quando ocorrem publicamente. Além disso, não há qualquer tentativa de ir contra as regras impostas.

Ainda sobre os pedidos de *nudes*, ela diz que **“é inevitável quando você está fazendo uma transmissão, são muitas pessoas que veem aquilo”**. A entrevistada tem consciência de que, ao fazer uma transmissão pela página do *SuicideGirls*, haverá muitos espectadores, incluindo o **“seu público”**, bem como possíveis seguidores futuros. Esse é o interesse econômico. Mais adiante, ela fala que **“sempre vai ter alguém que vai estar**

comentando alguma coisa ‘ai, mostra isso, mostra aquilo’. Eu simplesmente ignoro. Ou respondo e falo ‘meu, seja mais criativo. Guarda isso para você’”. A modelo dá a entender que, por se tratar de um espaço ligado ao site onde há nudez, existem os usuários do *Facebook* que entendem ser possível – ou apenas querem provocar, “fazer uma cena” – a exposição de partes íntimas, tal qual ocorre no site, mas nunca ao vivo. O fato de ela dizer que ignora esses pedidos ou afirmar ao comentarista que deve “**guardar**” para si seus desejos de vê-la nua pode ser compreendido como uma territorialização dentro da pornofera. Dito de outra forma: o site é o local onde é possível mostrar partes íntimas, e há uma proibição expressa para que isso não ocorra nas redes sociais; a exposição de seios, nádegas e vaginas só é aceita nos locais da internet onde o acesso é pago. A nudez da modelo só é concebida a partir do pagamento. Assim, há a incitação ao pagamento, a partir do contato ao vivo.

Ainda, ela afirma: “**eu simplesmente não mostro, ignoro. Até porque eu não tenho interesse. Eu sou muito reservada quanto a isso, apesar de fazer fotos para o *Suicide*. O máximo que eu mostro são tatuagens. Às vezes alguém fala ‘mostra suas tatuagens’, ‘qual a tatuagem que você mais gosta?’**. E eu não vejo problema em mostrar, mas genital, bunda, essas coisas eu geralmente não mostro e as meninas também não mostram porque o site é bem criterioso, sabe?”. A introjeção da norma é demonstrada, aqui, no sentimento expresso de “quase-raiva” em relação aos que pedem para ver partes do corpo proibidas no *Facebook* – mas vendidas no site. Faz parte da performance da modelo a representação de que não tem interesse de mostrar partes íntimas do corpo, de se dizer reservada apesar de fazer fotos para o *SuicideGirls*. A performance de garota recatada é um dos fetiches comumente associados ao pornô *soft*, caso do site *SuicideGirls*. Poderia ser um antagonismo, uma relação paradoxal, mas essa performance é adequada ao papel representado pela modelo. Ainda, a entrevistada fala que o site é bem criterioso em relação ao fato de que elas não podem mostrar genitais no *Facebook*. Isso é mais do que apenas a sanção da rede social: o *SuicideGirls* proíbe. Se o objetivo da modelo é utilizar-se da marca *SuicideGirls* como trampolim para outros trabalhos, não faz sentido a ela qualquer atitude de rebelar-se contra as proibições e mostrar partes íntimas nos vídeos. Há uma postura de aceitação e submissão por parte da entrevistada em relação às vedações. Há a sinalização de respeito à dupla norma, imposta pela empresa e pelo *Facebook*.

No mesmo assunto, ela fala que “**qualquer trabalho que você faça sempre vai ter aquele público que te apoia, que quer saber sobre o que você vai fazer, de forma**

carinhosa. Como sempre vai ter aquelas pessoas que querem falar alguma porcaria ou algo para chamar a atenção, pedir nudes". Depreende-se, aqui, a vontade de saber que impulsiona o mercado pornô. Além disso, trata-se de um mercado intimamente ligado – aliás, como qualquer mercado – a valores sentimentais, o que é dito pela entrevistada com a expressão **“forma carinhosa”**. Quando ela fala que seu público a trata de forma carinhosa, levando-se em consideração que o impulsionador do seu trabalho é, primordialmente, ser fotografada nua, há uma relação de capitalismo afetivo.

Ao ser questionada se ela acredita que teria mais visualizações se fizesse transmissões em outra página ou no próprio perfil pessoal, a modelo não responde. Ela diz que faz transmissões no perfil pessoal do *Instagram* e que **“sempre que eu faço os membros pedem para eu fazer mais. Mas assim, as lives são sempre querendo saber o que você está fazendo, ou ‘ai, conta mais sobre você’”**. Além do fato de que a entrevistada silenciou em relação ao fato de que a marca *SuicideGirls* tem maior relevância na rede do que sua marca pessoal, mostra-se, nesta resposta, um imbricamento entre a performance de figura pública e a atividade econômica. A modelo deixa claro em toda a entrevista que a motivação de fazer transmissões ao vivo é o pedido do público. Sobre o site, que ela passa a chamar de comunidade, ela diz que **“não tem uma plataforma para você fazer lives. É como uma comunidade, como o Facebook, só que é pago, né. Então, o membro para ele ter acesso, ele tem que pagar um valor mensal, anual para ele ter acesso ao perfil de todas as modelos, tem outros membros”**. Apesar do site *SuicideGirls* se denominar uma comunidade em que pessoas pagam para ver outras pessoas nuas, a modelo deixa claro que, para ela, o conceito de comunidade não “combina” com algo pago. Isso fica evidente a partir do momento em que ela faz menção ao *Facebook* – uma plataforma gratuita. Ou seja: a modelo entende o site como um provedor de serviços pagos a clientes assinantes, que têm a possibilidade de interagir uns com os outros, mas cujo propósito principal é acessar fotos de mulheres nuas.

A respeito da motivação para que a entrevistada faça *lives*, ela responde que a principal causa é **“ter contato com o meu público. Mostrar para o pessoal o que eu tô fazendo, como eu tô fazendo. Até porque eles pedem para eu fazer live”**. A frase **“ter contato com meu público”** demonstra claramente que as *lives* são uma estratégia mercadológica da modelo. Aqui, ela denota que sua performance nas *lives* é centrada em uma estratégia de mostrar-se como uma influenciadora ativa e atraente, valendo-se da pornocultura para a manutenção do público. A pornocultura é, então, uma catapulta para o mercado de marcas. Ela segue, dizendo: **“eu acho que quando você tem uma página,**

tanto do *Suicide* ou qualquer outra coisa, quando você, de certa forma, se torna uma figura pública, as pessoas que te seguem querem saber o que você está fazendo, o que você tem a dizer, ou mostrar o seu trabalho. Então, é importante você fazer *live* para você estar em contato com o seu público. Porque se você não faz, você fica muito fechado só em postar foto ou postar algum vídeo em redes sociais”. A referência à expressão “**figura pública**” denota que a modelo tem o entendimento de que é uma influenciadora digital, que esse é seu trabalho, e que o site lhe dá a chancela necessária para ingressar nesse mercado, como uma grife. Ainda, é importante destacar a diferença que ela faz entre “**o que você tem a dizer**” e “**mostrar seu trabalho**”. Com a conjunção adversativa “**ou**”, ela demonstra que as duas coisas são diferentes. Ou seja: o seu trabalho (suas fotos nuas no site *SuicideGirls*, a propaganda para marcas em redes sociais e as fotografias de outras modelos) não engloba o “**algo a dizer**”. A modelo trata a condição imagética como um objeto em si, sem mensagens para além da questão estética. Esse posicionamento contrasta, de certa forma, com a afirmação de que “**o nu é uma arte e tudo vai depender de como você faz o ângulo, a pose, a mensagem que você quer passar**”. Por fim, a modelo ainda reforça: “**as pessoas que te seguem elas querem interagir, elas querem se sentir importantes, especiais. Elas querem ter um retorno do seu ídolo. Então, eu acho importante fazer**”. A modelo entende que a interação é a chave para os influenciadores digitais e que o contato direto proporcionado pelas transmissões ao vivo é importante porque, quanto mais próximo se sente o “**público**”, mais influência sobre ele tem o influenciador digital, o que representa procura maior pelas marcas, que são quem realmente pagarão pelo trabalho da modelo. Cabe ressaltar o fato de que ela se coloca no patamar de um “**ídolo**”, alguém a ser admirado.

Sobre a atuação de *haters* durante as transmissões, a entrevistada afirma que “**em qualquer área que você vai fazer, que você se expõe, você pega alguma transmissão, sempre vai ter algum hater, alguém falando algo inapropriado. Eu sinceramente ignoro. É muito difícil responder alguém. Às vezes os próprios membros que estão participando da live respondem a pessoa. Ou mandam calar a boca. Falam depois no privado ‘bloqueia essa pessoa que estava falando merda’.** Mas normalmente eu ignoro. Não perco o meu tempo com gente que fica ali mandando energias negativas. E tem tantas pessoas a mais perguntando coisas boas, falando coisas boas que é difícil você parar para ficar dando atenção para algum *hater*. Porque o público que gosta é maior do que os que falam mal”. A palavra “**inapropriado**” remete a algo que está fora do “**combinado**”, do trato, das regras comuns de não agressão para transmissões

ao vivo. Apesar de entender que as críticas são sempre possíveis, especialmente em ambientes de exposição gratuita do corpo – mesmo que sem nudez –, a entrevistada utiliza a expressão para delimitar o que é apropriado (elogios e **“coisas boas”**) e o que não é (críticas, **“energias negativas”**).

Em relação ao que a *SuicideGirl* acredita ser a motivação das pessoas para assistirem e participarem das *lives*, ela entende ser a admiração. **“E, muitas vezes, a pessoa que destila ódio nos comentários, eu acho que é uma admiração incompreendida, talvez, sabe? Porque não conseguiu fazer aquilo ou tem inveja da pessoa que tá conseguindo espaço com aquilo. E aí sente aquele recalque, de não poder estar ali fazendo aquilo. Por isso eu nem perco tempo respondendo”**. Ela demonstra um sentimento de que o que faz é invejável, importante. E, principalmente, que o que faz é trabalho. A repetição da palavra **“admiração”** remete, para além do óbvio **“olhar para algo com respeito e consideração”**, o orgulho próprio da modelo pela imagem que reflete e pelo trabalho que realiza.

Quando a pesquisadora pergunta se a entrevistada assume algum tipo de personagem ou comportamento durante as *lives*, a resposta é a seguinte: **“sinceramente eu sou do jeito que eu sou normalmente. Até porque o público do Suicide ele quer ver quem você é e eu sou aquilo. Não tenho como assumir um personagem, ser outra pessoa ou cada hora ser outra pessoa diferente. Tem meninas que sim, assumem um personagem, se vestem de certas formas de ‘algo que não são’ para passar uma imagem, de acordo com o público que elas querem atingir. Mas eu, particularmente, não tenho. Sou bem tranqüilona. E a única coisa que eu tento ser mais assim é simpática, tratar bem as pessoas, porque as pessoas estão ali para poder te assistir, então a gente tem que ser mais carismática. Mas assumir uma figura, algo que eu não sou, não”**. A afirmação **“não tenho como assumir um personagem contrasta com o ser mais simpática, mais carismática”** reforça que essa é a performance que a participante 1 adota, a de uma pessoa agradável ao público, para que ele continue a seguindo e, assim, empreste a ela mais capital social, o que, para seu trabalho como influenciadora digital, significa mais relevância e, por consequência, maior possibilidade de ser chamada para fazer publicidade de marcas.

A participante cita oito vezes a palavra **“público”** durante a entrevista para se referir às pessoas que a seguem nas redes sociais ou participam das transmissões ao vivo. Há uma conexão entre essa denominação e as questões econômicas imbricadas nas performances nas redes sociais. Ao mesmo tempo em que ela fala que não assume

personagem, afirma que diz tentar ser mais simpática, mais carismática, quando junto ao público. Essa é uma característica do “viver do espetáculo” dos influenciadores digitais. Também há que se levar em conta que esta é a segunda vez em que ela menciona a palavra “**figura**” (a primeira, dizendo que é uma figura pública). Logo, se ela é uma figura pública, impossível não assumir uma postura de alguém nessas condições, diferente do fazer cotidiano longe das câmeras. A frase “**mas, assumir uma figura, algo que eu não sou, não**” denota que a modelo contradiz seu próprio posicionamento anterior exposto na entrevista em relação ao mercado, a tudo o que diz respeito aos fazeres dos influenciadores digitais.

A partir de agora, a detecção de paráfrases e metáforas parte para a questão feminista propriamente dita. Ao ser questionada se ela é feminista, a participante afirma: “**Olha, eu sou feminista, mas nada extremo. Eu acho super legal, acho válido lutar pelos direitos iguais, mas eu sou bem de boa quanto a isso. Eu não sou nada extrema e não gosto de nada extremista (...) Mas acho importante. Eu só não gosto de nada que é extremo, independente se é feminista, religião. Eu acho que tudo que é extremo faz mal**”. A modelo, com essa afirmação, deixa claro o que, na análise ideológica, será expandido: há uma reprovação em relação ao feminismo radical, especialmente quando a palavra “**extremo**” e seus derivados é intimamente ligada ao feminismo. Perguntada sobre o porquê de ser feminista, ela responde: “**porque eu sou mulher e eu acho que a gente tem que ter os mesmos direitos. (...) Tem homens também que lutam pelos mesmos direitos, mas eu acho que é uma causa nossa. Acho que é algo da mulher que ela tem que ir atrás dos nossos direitos**”. Essa é uma posição extrema de teorias feministas que entendem que o homem não pode assumir o lugar de fala da mulher quando se trata de direitos das mulheres.

Ao ser questionada se a participante 1 acredita ser possível ser feminista e *SuicideGirl* ao mesmo tempo e em quais momentos isso é viável, ela responde que sim. “**Eu acho que o ser feminista não difere o que você pode ou não fazer. Eu sou dona do meu corpo e eu posso fazer com ele o que eu quiser. Independente se é para o Suicide, se é para a Playboy, se não tem nada a ver com nu ou sensual. Eu sou dona de mim, então nada nem ninguém pode me dizer o que eu posso ou não fazer**”. A compreensão da modelo de que é dona do próprio corpo e pode fazer com ele o que quiser é antagônica com o fato de que ela não pode expor partes genitais no *Facebook*, mesmo que quisesse, pois seria retaliada pela empresa e o vídeo excluído da rede social em questão. Em seguida, ao colocar *SuicideGirls* e *Playboy* em uma mesma sentença, ela

demonstra seu entendimento de que ambos os sites estão em um mesmo contexto, inclusive relativamente à exploração comercial da imagem sexualizada do corpo. Por fim, há um contraste entre essa resposta e as afirmações dela em momentos anteriores de que as transmissões nos perfis *SuicideGirls* das redes sociais não aceitam nudez.

4.1.1.1 Análise do vídeo da participante 1

A transmissão ao vivo da participante 1 a ser analisada tem duração de 38min29seg. Como o seu ensaio de nudez era o “*photoset of the day*”, ou seja, a atração principal da capa do site *SuicideGirls*, ela fez a transmissão pelo *Facebook*. Até o momento da análise desse vídeo, houve 158 mil visualizações, 129 compartilhamentos e 6,9 mil reações. A modelo está em um quarto de paredes brancas com a porta atrás de si entreaberta. Na parede à sua esquerda, há uma penteadeira com espelho e, sobre ela, bibelôs da *Hello Kitty*. Em frente ao espelho, há uma cama com cobertor, mas que aparece apenas parcialmente. Ela está vestindo um bustiê “tomara que caia” preto e um *short* de fundo azul e flores brancas e rosas. Nos pés, meias em formato de sapatilha estampadas com o focinho de um gato verde claro. A modelo tem cabelos que fazem um degradê do rosa pink ao azul. Possui tatuagens no pescoço, peito, barriga, baixo ventre, lombar, coxas e braços. Sua maquiagem ressalta os olhos, com delineador, e ela não usa batom.

Dos 2,5 mil comentários durante a transmissão, a pesquisa captou 42 que solicitam à modelo que mostre partes íntimas, a maior parte em inglês – muitas vezes mal escrito, em função, possivelmente, do açodamento e falta de comprometimento gramatical inerentes à instantaneidade da plataforma ao vivo. Abaixo, seguem as solicitações em ordem cronológica, apenas a título de exemplo. Nas análises de discurso das demais participantes, os comentários que foram ignorados serão omitidos e constarão como anexos. As traduções nossas dos comentários virão entre parênteses, logo após as expressões que forem em inglês, e serão mantidas as palavras de baixo calão, para a fidedignidade da análise de discurso:

- 0min09seg - Then tits ! (Agora, peitinhos!)
- 0min13seg - Boobs (Peitos)
- 0min20seg - Lets see youre bobos (Vamos ver seus peitos)
- 0min24seg - Bounce those titties (Balance esses peitos)
- 0min28seg - Play with your bobos (Brinque com seus peitos)
- 0min37seg - show mw ur titties plz (Mostre-me seus peitos, por favor)
- 0min43seg - Tetas
- 0min48seg - Boobs (Peitos)
- 1min03seg - Enseñanos esas lindas tetas (Mostre-nos essas lindas tetas)

1min08seg - Can you show your boobs or no (Você pode mostrar seus peitos ou não?)
 2min55seg - Show us your titties (Mostre-nos seus peitinhos)
 3min58seg - Show us your titties!!!!!! :) (Mostre-nos seus peitinhos)
 6min14seg - Show ir titties (Mostre seus peitinhos)
 6min16seg - Show me ur bobos (Mostre-me seus peitos)
 6min29seg - Show ur tits (Mostre-nos peitinhos)
 7min41seg - Show me ur bobos (Mostre-me seus peitos)
 9min04seg - Show your boobs already (Mostre seus peitos já)
 9min49seg - Hello may I see your ass turn around shake it for me girl (Olá, posso ver sua bunda? Dê meia volta, chacoalhe ele para mim, garota)
 9min52seg - Them titties ?? (E agora, peitinhos?)
 10min13seg - Boobs?????? (Peitos?)
 13min39seg - Show ass???? ??? ?????? ??? (Mostre a bunda?)
 13min50seg - Just show your tits already (Só mostre seus peitos agora)
 17min48seg - Cade os peito
 17min48seg - Show us some tits!? SHOW YOUR TITS, MOVE YOUR FUCKING ASS!!!!!! (Mostre-nos um pouco de peitinhos! MOSTRE SEUS SEIOS, MEXA SUA MALDITA BUNDA)
 17min52seg - show bobos (Mostre peitos)
 18min05seg - Can we see ur bobos (Podemos ver seus peitos?)
 18min23seg - Show the bobos (Mostre os peitos)
 19min15seg - Boobs (peitos)
 19min18seg - bobos (peitos)
 20min13seg - Show the bobos (Mostre os peitos)
 21min14seg - Show the bobos (Mostre os peitos)
 22min57seg - Show ur tits (Mostre os peitinhos)
 24min04seg - Boobs (peitos)
 24min06seg - You can show your ass tattoo (Você pode mostrar sua tatuagem da bunda)
 26min24seg - Show tits (Mostre peitinhos)
 26min00seg - Show tits (Mostre peitinhos)
 26min43seg - Tits (peitinhos)
 26min54seg - Tits (peitinhos)
 27min08seg - Tits (peitinhos)
 27min39seg - Tits bady (Peitinhos, garota)
 29min53seg - Quiero verte las tetas (Quero ver suas tetas)
 37min00seg - Show me ur boobs bb (Mostre seus peitos, garota)

Durante os quase 40 minutos de vídeo, a *SuicideGirl* ignora todos esses pedidos. Não houve menção a qualquer dessas perguntas, seja para informar que não iria atender nenhuma solicitação dessa natureza, seja para mostrar descontentamento ou para informar que, para vê-la nua, as pessoas poderiam assinar o site. Ela se restringe em mostrar as tatuagens e a língua bipartida, além de responder perguntas sobre seus gostos em relação a videogames, séries, estilo musical, lugares onde gosta de se divertir em São Paulo e seu status de relacionamento. Também fala sobre a filosofia da empresa *SuicideGirls* e pede que as pessoas se tornem membras do site, para que possam ver seu ensaio, mas não

menciona que suas fotos são de nudez. A conexão entre sua nudez e o site *SuicideGirls*, dessa forma, só pode ser feita por aqueles que têm conhecimento do conteúdo do site.

Em nenhum momento, ela esboça vontade de transgredir as regras de não mostrar partes íntimas, mas também não repreende aqueles que fazem essas solicitações. A partir disso, pode-se depreender que ela sabe que sua presença ao vivo no *Facebook* do *SuicideGirls* pode incitar esse tipo de comentário, especialmente os que conhecem suas fotos nuas disponíveis no site, e que compreende ser esse também uma característica do tipo de público com o qual está lidando e do qual depende para atingir suas metas de seguidores nas redes sociais gratuitas.

4.1.2 Detecção de paráfrases e metáforas na entrevista da participante 2:

Quando questionada se a participante 2 se acha bonita, ela afirma categoricamente, e com risos, que não. A modelo trabalha com seu corpo, sua imagem, mas não se acha bonita, conforme os padrões de beleza ocidentais. Aqui, vê-se, além de uma performance de humildade sobre como se enxerga em relação às demais *SuicideGirls* (algo que irá retomar durante outros momentos da entrevista), uma tentativa de diminuir o valor que empresta ao trabalho como influenciadora digital.

A participante 2 afirma que o achar-se feia (ou seja, estar fora dos padrões ocidentais de beleza) é uma constante, o que é paradoxal, já que a pornificação de si, de seu corpo, dentro de uma estética ocidentalizada, é justamente o que toma grande parte de seus dias. Ao dizer “**que horrível esse nariz, que horrível esse olho, que horrível tudo, sabe?**”, ela reforça esse paradoxo. É possível perceber a força que as pressões pelo encaixe nos padrões exercem sobre a garota, especialmente quando ela afirma: “**e daí sempre tem alguém também pra tá te falando: esse cabelo não ficou legal em ti**”. Ainda, cabe destaque a frase “**eu quero me sentir bonita**”, repetida duas vezes durante a entrevista, que parece, à análise, ser o mote de toda a sua vida profissional.

Quando a modelo fala: “**eu me sinto bochechuda, eu me sinto nariguda, meu olho é pequeno**”, ela demonstra essa necessidade dita anteriormente de se fixar nos padrões de beleza ocidentais – rosto magro, nariz pequeno, olhos grandes. Em seguida, ao dizer que se maquia e continua se sentindo feia, se tranca no quarto e chora, ela reforça o quanto essa imposição, além de premente, a deixa frágil.

A afirmação de que, na família, sempre houve uma aura alternativa reforça o marketing da empresa *SuicideGirls*: ela quis fazer parte do *casting* porque a propaganda

do site é de que aquele é um espaço alternativo. Esse entendimento é ratificado em seguida, quando ela fala que já teve o cabelo multicolorido. Depois, quando disse ser chamada pela recrutadora do site para fazer fotos porque **“tinha perfil – alternativa, tatuada e tudo o mais”**, a modelo corrobora isso. É uma fonte de orgulho para a participante 2 se considerar dentro desse perfil alternativo, pois afirma gostar de pessoas de **“mente aberta assim de, ah, vamos fazer tatuagem, vamos deixar o cabelo colorido, vamos ser diferentes, sabe?”**.

A entrevistada fala que demorou cinco meses para enviar as fotos para o site porque **“como tinha o ensaio nu, a gente acaba com um pouco de receio”**. Com essa afirmação, ela explicita uma espécie de aceitação de que suas fotos fazem parte do que, nesta dissertação, chama-se pornocultura; teve receio de uma utilização da sua imagem nua distinta da finalidade original e que lhe causasse constrangimento.

Ao ser questionada sobre como se sente sabendo que pessoas pagam para ver suas fotos nua, a participante diz **“tão pagando pra ver, sabe, tipo, não me importo”**; essa performance de quem não quer saber o que as pessoas fazem ao ver sua imagem nua serve como uma concessão para sua própria participação na pornocultura. O mesmo ocorre em relação à seguinte frase: **“então se a pessoa tá pagando pra ver, ela pode pagar pra ver. Se não quiser, pra mim, é independente”**.

Em seguida, ela afirma saber do contexto em que suas fotos são consumidas e que é preciso avisar a todos, familiares e amigos, caso haja utilização imprevista das imagens. Esse aviso também se torna em uma espécie de endosso por parte daqueles que compõem seus laços fortes.

Quando solicitada a responder se o objetivo principal de enviar fotos para o site é a aprovação de sua imagem enquanto algo belo e alternativo ou se é para provocar sensações libidinosas em terceiros, a modelo hesita. Ela responde **“nesse caso aí a gente fica um pouco assim...”**. Pode-se compreender que a participante 2 prefere silenciar em relação a isso. Após explicar que o site proíbe qualquer manifestação de cunho sexual por parte dos membros – seja em comentários nos ensaios e fotos ou em mensagens privadas –, a modelo exprime: **“é claro que eles fazem vendo as fotos, né, porque é homem – mas pelo menos não vão estar ali escrevendo, insinuando pra gente alguma coisa”**, o que aponta que a *SuicideGirl* sabe que o conteúdo que veicula no site tem, como um dos objetivos, a excitação sexual, especialmente, masculina.

A entrevistada evidencia acreditar que a postura autodeclarada feminista da fundadora coincide com a da empresa. Para ela, o fato do site proibir a manifestação de

excitação sexual aos membros é uma atitude feminista, assim como o banimento dos que desrespeitaram essa regra.

Há, por parte da entrevistada, uma clara distinção entre os consumidores brasileiros e os estrangeiros do *soft porn* oferecido pelo site. Para ela, os brasileiros têm atitudes ligadas ao *hard porn*, enquanto que os demais, não.

Perguntada sobre os benefícios em ser uma *SuicideGirl*, a modelo muda o discurso sobre entender o site como algo que celebra a beleza alternativa e passa a compreender a empresa como uma alavanca para o mercado de trabalho, especialmente com a afirmação de que **“não é uma carreira, mas é uma coisa que tu vai construindo”**. A participante 2, inclusive, compara a atividade como ser empregada em um banco, onde é preciso **“subir de cargo, ir estudando, ir lutando”**. Assim, como ela considera factível viver a partir da sua imagem, a modelo fala que **“tu vai ter que correr atrás das tuas próprias coisas. Tu vai ter que ir postando coisas, ir atrás de marca, estudando, trabalhando. Além de modelo eu sou fotógrafa. Eu consigo ver os dois lados. Eu já consigo fazer algo a mais além de modelo. Eu já consigo tirar as minhas próprias fotos pra me divulgar, já consigo parceria com marca, eu posei pra Playboy”**.

O fato de ela ter posado para a Playboy interessa a esta pesquisa porque auxilia na compreensão de que, apesar das entrevistadas fazerem distinção entre as duas empresas, a Playboy foi um objetivo, planejado e atingido pela participante 2. O ensaio dela na Playboy foi muito semelhante às fotos que mantém no site *SuicideGirls*, com ambiência caseira (inclusive, aparece o reflexo de um varal de chão em uma das fotos), luz muito clara, lingerie casual e visual adolescente da modelo. Dessa forma, a entrevistada não nega o caráter pornô da atividade que realiza para impulsionar o trabalho como influenciadora digital.

A garota tem 128 mil seguidores no *Instagram*, plataforma onde divulga algumas de suas fotos, o que pode lhe render trabalhos com publicidade de marcas. Nesta frase, ela explica a importância do *SuicideGirls* como catapulta para seus negócios: **“eles me postaram essa semana e eu acho que ganhei uns mil seguidores: dentro desses mil pode ter marca de roupa que vai te chamar pra fazer uma parceria, coisas assim. Só que a menina precisa se ajudar também. Precisa ficar postando, precisa correr atrás, sabe. Não só ficar ali na internet tirando fotos, tu precisa fazer o teu lado também”**. Com a expressão **“o teu lado”**, pode-se compreender como sendo o contato com marcas para oferecer o trabalho, a captação ativa, além de toda a produção do próprio corpo para que esteja de acordo com os padrões pornoculturais.

Na resposta à pergunta sobre como se sente em relação à nudez, a participante 2, inicialmente, silencia sobre o nu ser uma condição pornificada e fala apenas da questão natural da nudez humana, especialmente quando diz: **“todo mundo nasceu pelado, sabe?”**. Em seguida, ela relaciona a nudez com sua experiência fotográfica: **“às vezes, quando eu fotografo e me vejo nua, eu me sinto bonita. Isso aumenta a autoestima”**. Com essa frase ela, inclusive, reforça uma postura de que sua beleza é proveniente de uma certa “naturalidade”, apesar de estar maquiada ao fotografar, tingir os cabelos e ter o corpo com diversas tatuagens. É, portanto, uma naturalização (no sentido de trazer ao mundo da natureza) do enfeitar-se com maquiagem e tatuagem, da modificação. Uma naturalidade artificial.

Na resposta à mesma pergunta, mais adiante, ela fala que **“claro, a gente fica meio assim vendo as pessoas vendo a gente nu, sei lá. Como é que eu posso te explicar... as pessoas são também preconceituosas com o nu”**. Aqui, ela denota que o sentimento de receio em saber que pessoas a veem nua na internet é relacionado ao medo de sofrer preconceito novamente, de ser vítima de *bullying* e, por isso, ela não posta fotos com tarjas sobre seios ou vagina porque **“se eu postar alguma coisa com tarja já vai vir alguém falando se eu faço programa, tu é puta, tu é isso, tu é aquilo. Pô, só porque eu tô nua eu também não sou puta”**. O tom desta última afirmação demonstra posicionamento contrário à prostituição, bem como uma necessidade da garota em ampliar as possibilidades morais da exposição do nu para além do sexo (digital, inclusive) mediante pagamento.

Ainda na resposta relativa à nudez, a *SuicideGirl* apresenta um discurso feminista de autonomia sobre o próprio corpo: **“o corpo é meu e se eu quiser ficar na minha janela pelada eu vou ficar. Eu não consigo entender porque as pessoas têm um preconceito tão grande com a nudez”**. Essas frases contradizem os dizeres anteriores, a saber, a impossibilidade de mostrar fotos nuas no *Instagram* e a necessidade de precaver parentes e amigos de que suas fotos nua seriam disponibilizadas na internet, bem como se verá, mais adiante, em relação à proibição de nudez nas transmissões no *Facebook* impostas pela plataforma e pelo próprio site.

Ao responder se assiste pornografia, a modelo afirma que já assistiu por curiosidade: **“não é muito o meu gênero isso”**. No entanto, o site *SuicideGirls* é considerado *soft porn* e, portanto, demonstra o entendimento da participante de que toda pornografia se situa no enquadramento *hard*. Para além disso, há uma tentativa de

diferenciar seu trabalho no *SuicideGirls* e suas fotos de nudez em geral com outras modalidades de pornografia. Para ela, o *SuicideGirls* não é pornô.

Quando questionada se vê fotos de homens e mulheres nus em um contexto pornográfico, ela afirma que não. A resposta é contraditória, porque ela diz: **“o máximo de nu que eu vejo mesmo é no *Suicide*”**. Existe uma performance de negativa do pornô, que explicita a pressão social exercida sobre ela a ponto de afirmar que não sente necessidade de **“ver foto de pau”**, e que a observação das fotos de garotas nuas tem o fim unicamente econômico, laboral. Faz parte do trabalho.

Perguntada se é uma estrela da internet, uma influenciadora digital, a participante 2 diz que não se considera uma, **“mas muita gente me reconhece na rua, eu já dei autógrafo, já tirei foto, eu recebo muito presente de marca, muito presente de fã, de seguidor, muita coisa, muita coisa”**. Com essa afirmação, ela demonstra que está satisfeita com o sucesso atingido até agora e que sua trajetória e estratégia estão atingindo as métricas almejadas. Como dito anteriormente, a jovem tem 128 mil seguidores no *Instagram*, mas mantém uma performance de humildade na entrevista, dizendo que: **“uma pessoa famosa é uma Kim Kardashian, né? Eu não sou ninguém. Eu não sou ninguém perto das outras pessoas”**. Apesar disso, ela encerra a resposta afirmando que **“pelo o que as pessoas falam, pode ser que sim. Mas eu não me considero”**. Essa última frase é repetida quatro vezes nesta resposta, em uma clara intenção de reforçar a performance de humildade, de modéstia.

Quando questionada sobre como reage aos pedidos de *nudes* ao vivo, a participante 2 demonstra raiva. **“Por exemplo: a pessoa vem me encher o saco, eu vou dar um xingão nela. E se continuar, eu vou bloquear, eu não quero saber. Porque assim, ó: tem que ter limite, tem que ter respeito!”**. Essa afirmação demonstra um sentimento de necessidade de distinguir-se de uma *camgirl*. Ao dizer: **“homem pedindo nude para mulher é muita falta de vergonha na cara, sabe? É ridículo. Quer ver nude, meu filho? Bota no Google, não fica enchendo o saco, sabe? É chato, sabe? É chato para caramba. Meu, homem não tem respeito. Não tem, sabe? Não tem o que fazer”**, a *SuicideGirl* denota uma pressão social exercida sobre ela para que não goste que peçam para ver seu corpo nu, apesar de mostrar o corpo nu no site. Assim, pode-se compreender que há uma diferenciação clara de quem pode ou não a ver nua na internet: apenas os pagantes estão autorizados. Ainda, há um tom misândrico em sua fala, especialmente quando diz que **“homem não tem respeito (...) não tem o que fazer”**. Ela justifica a postura de, inclusive, mostrar os pedidos de *nudes* feitos pelos homens para as

namoradas deles como uma forma de educá-los. Ao dizer que **“tem que pôr limite porque mulher nenhuma tem que ficar aguentando isso”**, a jovem ressalta a negatividade com a qual encara as solicitações para ver partes íntimas ao vivo, adotando um discurso dicotômico em relação à exposição paga de suas fotos nuas no site.

Para a pergunta sobre o que rende mais visualizações em transmissões ao vivo, se a página do *SuicideGirls* no *Facebook* ou o seu perfil pessoal, a jovem aponta uma escala de 5000% a mais para a página da empresa. Assim, ela compreende que tem menor alcance do que a marca *SuicideGirls*.

Quando questionada sobre sua motivação para fazer uma *live* para o *SuicideGirls*, a participante 2 comenta que se autobeneficia com a publicidade do site, já que o único pagamento são U\$ 500 pelo ensaio: **“nada mais justo do que eu me autopromover, né”**. Com essa resposta, ela deixa claro que seu propósito é utilizar-se da marca *SuicideGirls* para ampliar a circulação de sua imagem enquanto influenciadora digital e, com isso, ser contratada por outras marcas para fins publicitários.

Indagada sobre como lida com *haters* durante as transmissões ao vivo, ela afirma ter a mesma reação adotada em relação aos que pedem para ver *nudes*: **“também é uma falta de vergonha na cara. É uma falta de educação, né?”**. Ela, inclusive, deixa isso expresso: **“e é a mesma coisa com esses caras que pedem *nude*”**.

Ao ser interpelada sobre o que acredita que leva as pessoas a assistirem e participarem das *lives* no *Facebook*, a participante 2 sustenta: **“são pessoas que realmente gostam de pessoas tatuadas, assim como eu, antes de ser modelo, também gostava de ver as meninas tatuadas conversando, interagindo, eu achava bacana”**. Com essa afirmação, ela descarta que haja intenções permeadas pela pornocultura no que diz respeito às motivações alheias, mesmo que muitos dos usuários que participam das *lives* sejam assinantes do site. E ela considera essa uma participação positiva: **“tem gente que realmente vai pro bem ali. Para conversar, para ver e nos tratam super bem”**. Essas assertivas fazem a distinção entre *haters*/que pedem *nudes* e as demais pessoas que visualizam e comentam nas transmissões.

Quando questionada se ela percebe se há assinantes em meio ao público das *lives*, ela adota a performance de estrela da internet: **“dá um orgulho de perceber que dentro do site eles estão acompanhando nosso trabalho e fora também. Tipo... Isso eu diria que seria um fã mesmo, né?”**. Além disso, ela demonstra que sua estratégia em participar das *lives* do *Facebook* das *SuicideGirls* também é a captação de seguidores individuais, que ampliem seus índices de influência em outras redes sociais, como o

Instagram, onde realiza seu trabalho de divulgação de marcas. A *live* funciona como uma estratégia de angariar posteriormente mais fãs para suas páginas pessoais.

Quando indagada se adota alguma personagem para as *lives* ou se faz algum tipo de produção de maquiagem ou vestuário, a participante 2 afirma que não. Ela ressalta que **“as pessoas gostam de ver a gente como a gente realmente é”** e, depois, diz: **“eu tento ser igual sempre. Não quero mudar, não quero ser diferente”**. Assim, na entrevista, a modelo adota a performance de naturalidade, o que contrasta com o que atestou nas primeiras perguntas que diziam respeito a sua autoestima em relação à estética: que, muitas vezes, se acha feia até mesmo maquiada e se priva do convívio social enquanto esse sentimento perdura.

Ainda, quando afirma: **“não me arrumaria toda pra isso, não faria todo um negócio só para isso”**, ela assume uma performance de descolamento do caráter econômico que as *lives* possuem. Anteriormente na entrevista, ela asseverou a importância que as transmissões ao vivo têm para a captação de novos seguidores pessoais.

Nas próximas respostas, a entrevistada falará a respeito das ideologias feministas. Quando questionada se é feminista, a modelo não responde de imediato. Primeiro, ela reflete sobre o papel de seu companheiro dentro da casa que dividem (ela utiliza a palavra **“impor”** para dizer de que maneira dividem as tarefas domésticas). A garota diz: **“eu arrumo a casa inteira, ele vai lavar louça, vai limpar o chão, vai ajudar porque ele também come, ele também dorme, ele também usa roupa, sabe? Então nesses pontos assim eu percebo que talvez eu seja. Por impor que ele ajude, afinal de contas, eu também trabalho, eu também estudo, ele também”**. Com a escolha da palavra **“ajudar”**, fica claro ainda que as tarefas diárias domésticas são de responsabilidade dela, e que ela delega algumas atividades ao companheiro. A participante 2 encerra com as sentenças: **“não radical. Mas, tipo, um feminismo de boa”**, o que evidencia uma negação de uma prática mais radical, segundo ela, que exija que não sejam necessárias imposições relativas à realização de tarefas domésticas.

Por fim, em relação à pergunta se é possível ser feminista e *SuicideGirl* ao mesmo tempo, ela relaciona o feminismo diretamente ao poder tatuar o corpo e posar nua, bem como o poder repreender quem não concorde com essa postura. **“Eu sou uma *Suicide*, vou continuar postando foto nua, vou fazer minhas tatuagens e se algum cara vir me encher o saco, vai se foder, porque eu vou xingar. Porque homem nenhum deve dizer o que nós podemos fazer e ponto. Então, sim!”**. Com essa assertiva, ela finaliza a

resposta à última pergunta. Importante destacar a penúltima frase: **“porque homem nenhum deve dizer o que nós podemos fazer e ponto”**. Como exposto anteriormente, apesar de haver essa negação de atender os pedidos para que mostre *nudes* ao vivo, essa negativa é imposta pela empresa e pelo *Facebook*. Ou seja: em havendo uma oposição em mostrar partes íntimas ao vivo, essa imposição vai ao encontro da norma. O oposto do que o próprio site prega: “consideramo-nos a coleção mais sexy, mais inteligente e mais perigosa de mulheres outsiders do mundo⁴³”. E, por outsider, compreende-se, justamente, aquele que não faz parte de nenhum grupo – inclusive por não seguir regras.

4.1.2.1 Análise do vídeo da participante 2

A transmissão ao vivo da participante 2 a ser analisada tem 19min43seg na primeira parte e 1min26seg na segunda parte, a de encerramento. Houve queda na conexão durante o vídeo, o que motivou o retorno da modelo para a segunda *live*. O primeiro vídeo teve 138 mil visualizações até o momento em que foi feita sua análise, em fevereiro de 2018. Ele foi compartilhado 25 vezes e recebeu 3,9 mil reações. Ao fundo do cenário, há uma parede bege e, à direita da modelo, uma porta de roupeiro. Atrás de si, há dois pares de chinelos de dedo e um peso de porta em formato de *Toad*, cogumelo personagem do videogame Mario Bros.; é possível visualizar uma parte de uma cômoda de plástico. Em alguns momentos, ela mostra um notebook que está ao lado do celular, para que as pessoas possam visualizar seus perfis nas redes sociais *Instagram* e *Facebook*, bem como no site *SuicideGirls*. A participante 2 usa uma regata cinza decotada e short jeans. Seus cabelos são castanhos longos e ela está maquiada, com ênfase para a sobrancelha e lábios, ambos marrons. Ela permanece o tempo todo sentada no chão.

Durante a transmissão, a participante 2 atende algumas perguntas sobre o site *SuicideGirls* e sobre quantas tatuagens tem, além de mostrá-las. Aos 4min59seg, ela responde ao comentário **“SEND NUDES haha”** cantarolando um **“no nudes”**. Já aos 14min35seg, pouco depois dos comentários (de três pessoas diferentes) **“Tira a roupa #cdg⁴⁴”**, **“Vai ter nudes? Só me diz que não fico aqui”** e **“Tits”**, a garota responde: **“querido, eu não tiro a roupa, se tu quer ver alguém tirando a roupa, tu acessa o**

⁴³ <https://SuicideGirlspress.com/>

⁴⁴ A hashtag *cdg* é utilizada com frequência por diversas pessoas e refere-se a comunidades em diversas redes sociais denominadas Coisas de Garotos (*cdg*), onde são divulgadas fotos de mulheres seminuas e há discurso antifeminista.

RedTube, tá?”. Ela, no entanto, não menciona a possibilidade de que é possível ver mulheres sem roupa no site *SuicideGirls* mediante pagamento.

Pouco antes da conexão cair, a jovem responde ao comentário feito aos 19min22seg “**Mostra os peitchola**” dizendo: “**as *SuicideGirls* não são acompanhantes, são modelos, não tem nada a ver uma coisa com a outra**”. Quando retoma a transmissão, depois de agradecer aos que a assistiram e solicitar que a sigam em seus perfis nas redes sociais, ela volta a afirmar, de forma mais enfática, “***SuicideGirls* são modelos, não são acompanhantes**”, pouco depois de ser escrito o comentário “**Take you shirt baby**” (Tire sua blusa, garota). As demais solicitações para que mostrasse partes íntimas, que tirasse sua roupa – a maioria em inglês ou espanhol – foram ignoradas. No total, a pesquisa localizou 129 comentários nesse sentido.

Interessa à pesquisa destacar que esta *SuicideGirl*, assim como a participante 1, não menciona que sua participação no site é a partir de ensaios fotográficos de nudez, mesmo para aqueles perguntam o que é preciso fazer para ser uma modelo como ela. Para aqueles que lhe pediram para mostrar partes íntimas, em vez de sugerir que assinassem o site, a participante 2 preferiu adotar uma performance de alguém enraivecido com suas condutas. Essa performance, que traz nuances de um ser desacatado, aponta para pressões de uma moral radicada no puritanismo, que a leva a omitir o fato de que suas fotos a mostram nua, mas também por forças capitalísticas que a impulsionam a não aceitar oferecer de graça o que pode lhe proporcionar retorno financeiro. Ainda, quando a modelo diz ao comentarista que procure o *RedTube* para ver mulheres tirando a roupa porque ela não o faria, há um reforço de que existe, para ela, diferença entre as fotos das *SuicideGirls* e as de outras modelos – apesar de, em ambos os casos, as modelos receberem dinheiro pelos vídeos (*Redtube*) ou pelas fotos (*SuicideGirls*). Isso decorre, especialmente, em uma classificação determinada pelo próprio site calcada em critérios como uma suposta elegância. A participante não cogita se rebelar contra a imposição do *Facebook* e da própria empresa em não mostrar nudez. De fato, ela se mostra agredida justamente pelos pedidos reiterados para que mostre seios, vagina ou nádegas, e não pelo seu assujeitamento às regras impostas.

4.1.3 Detecção de paráfrases e metáforas na entrevista da participante 3

A participante 3 responde com um enfático *sim* à pergunta sobre se ela se acha bonita, e elenca, como motivo, o fato de ela se sentir enquadrada em um dos principais padrões de beleza ocidentais. **“Eu gosto de ser magra. Eu acho que é uma coisa que eu olho no espelho e me agrada muito”** é uma afirmação que dá a tônica do contexto relativo ao fato de a garota se compreender como alguém diferente.

Ao ser perguntada sobre sua motivação para ingressar no *SuicideGirls*, a jovem diz: **“porque eu sempre gostei da ideia do site de serem só meninas modificadas. (...) Uma identificação muito profunda que eu tive com a proposta do site”**. Mais adiante, ela fala que o site é do segmento de garotas modificadas, e, unindo às respostas sobre pornografia que serão abordadas a seguir, demonstra uma negação de que faça parte de algo pornô.

Na mesma resposta, a participante 3 explica que sua motivação para enviar fotos ao site foi não querer **“fazer parte de um padrão social”**. Na sequência, ela diz: **“eu sempre me via diferente, mas não me encontrava em lugar nenhum. E no site, na comunidade *Suicide*, foi onde eu me encontrei e assim que eu comecei a modificar meu corpo eu vi que eu me identificava mais ainda e que talvez seria interessante eu participar mesmo do site”**. A jovem entende as modificações corporais, como tatuagens, *piercings* e alargadores, como uma postura underground e não *mainstream*, diferentemente do que esta pesquisa aponta.

Quando indagada sobre como lida com o fato de que pessoas pagam para ver suas fotos nua, a participante 3 entende que os assinantes do site procuram ver imagens de mulheres modificadas, e não nuas. **“Porque tem muitas outras formas de ver nu ou qualquer outro tipo de vulgaridade de graça na internet. Então, acho que se tá pagando num site que o foco é um estilo diferenciado, esse é o propósito. A pessoa paga para ver o estilo”**, diz a modelo. Com isso, pode-se compreender que ela reputa uma natureza vulgar, ruim, ao ato de ver nudez e pornô. A partir dessas sentenças, pode-se perceber que a entrevistada pretende afastar o site *SuicideGirls* e, por consequência, suas fotos nua, do pornô. Ela aposta que as pessoas assinam o site para ver seu estilo, e não suas partes íntimas pornificadas.

Como benefícios em ser uma *SuicideGirl*, ela aponta questões econômicas como ganhar tatuagens e ensaios fotográficos. Mas, também, adota uma performance relacionada com o fato de se sentir alguém diferente do *mainstream*.

Sobre sua relação com a nudez, a participante 3 diz que lida naturalmente com isso, que não vê muito problema. Ao dizer **“eu nunca vi muito problema nisso”**, ela deixa transparecer que há, sim, alguns problemas, em sua análise, quando se trata de nudez, mas não evoca quais são.

A mesma tentativa de escape se evidencia quando perguntada se ela vê pornografia. Em respostas curtas, ela afirma que vê de vez em quando, **“socialmente”** – querendo garantir que a pesquisadora não a interprete como uma viciada em pornografia ou espectadora assídua. Cabe destaque o fato de que uma modelo que se declara uma **“suicida social”** atribui justamente um parâmetro de adequação social ao seu consumo de pornografia. As respostas continuam objetivas, ao contrário do restante da entrevista, quando questionada se assiste sozinha ou acompanhada: **“não, sem ninguém”**, e se vê vídeos ou fotos: **“vídeos”**. Com essa mudança brusca de comportamento de fala, a participante 3 mostra que o assunto lhe causa constrangimento e que prefere não dar mais detalhes sobre seus hábitos de consumo de pornografia. Uma das hipóteses para esse comportamento pode ser o fato de ela não se considerar feminista, o que, de certa forma, a torna diferente das demais participantes. Há, ainda, que levar em conta a falsa afirmação de que todos os feminismos são contra a pornografia.

Quando questionada se ela se considera uma estrela da internet, uma influenciadora digital, ela responde que não se julga **“de jeito nenhum”**. Isso porque, conforme sua análise, seriam necessários mais de 50 mil seguidores, e ela tem cerca de 18 mil. Perguntada se essa é sua meta, seu foco, ela diz: **“esse não é meu foco, mas não deixa de ser uma meta. Eu não me esforço muito para ter mais do que eu tenho. Mas vez ou outra que eu vejo uma oportunidade de ter mais seguidor, eu aproveito”**. Neste ponto, ela adota a performance de alguém que não quer parecer preocupada em ter seguidores, em ser relevante na internet, mas, ao mesmo tempo, sabe que é uma possibilidade de renda e que não pode ignorar isso. Ela diz que já pensou **“em transformar isso em algo mais comercial”** e que, por enquanto, é apenas um **“hobbie”**, o que denota, novamente, essa performance de despreocupação com o caráter laboral de utilização de seu corpo.

Questionada sobre como lidou com os pedidos de *nudes* durante a *live*, a participante 3 afirmou: **“então, eu meio que absorvo⁴⁵ o que é ruim porque tem muito mais comentário bom”**. Ela considera ruim um usuário do *Facebook* pedir para que ela

⁴⁵ Quanto ao uso da palavra “absorvo”, a pesquisadora acredita que tenha sido um engano da fala, e que a intenção, na verdade, era informar que ela *abstrai* o que é ruim.

mostre partes íntimas durante a transmissão ao vivo, mesmo que isso seja o mote principal de sua participação no site.

Quando indagada sobre qual é o segmento no qual se enquadra o site *SuicideGirls*, a participante 3 diz que ele se insere no de **“pessoas modificadas”**. Assim, ela nega a possibilidade de que o site seja pornô, o que denota a necessidade da modelo em se considerar fora do contexto pornocultural.

Sobre sua motivação para fazer a *live*, a entrevistada diz: **“foi meio que um jeito de eu comemorar com os próprios seguidores”** a publicação de seu ensaio de fotos de nudez no site. Ou seja: a transmissão ao vivo foi uma maneira de se aproximar dos seus próprios seguidores, sejam eles membros do site ou não. Essa foi uma estratégia tanto para que os assinantes do site se tornassem seus seguidores nos seus perfis em outras redes sociais quanto para captar novos assinantes para o site.

Sobre o porquê de não ter feito outras transmissões, a entrevistada informa que isso ocorre porque não domina completamente o idioma inglês e isso a deixou tímida. Com essa afirmação, a jovem demonstra sua preocupação em manter uma posição de seriedade no mercado como influenciadora digital no Brasil. Em não fazendo as transmissões em inglês não fluente, ela evita expor sua fragilidade profissional.

Ao ser perguntada sobre como lidou com *haters* durante a *live*, ela assume uma performance de segurança e classifica-os em uma mesma categoria das pessoas que pedem nudes – ambos devem ser ignorados: **“eu mando embora”**.

À pergunta sobre quais ela acredita serem os motivos que levam as pessoas a participarem das *lives* do *SuicideGirls* no *Facebook*, a participante 3 fala em intimidade. **“Sei lá, é diferente, né? A gente tá num vídeo. Deve dar curiosidade de ver ‘ah, como ela é de verdade’ porque na foto a gente tá parada, né? Acho que o vídeo tem mais intimidade, tem mais proximidade. Acho que isso que leva as pessoas assistirem pra ver a gente – entre aspas, assim – de verdade. Pra ver como a gente é de verdade porque dá essa sensação de estar mais próximo, né? Quando é um vídeo, ainda mais ao vivo”**. Nesse ponto, a entrevistada dá a compreensão de que entende que sua participação no *Facebook* está diretamente ligada a uma necessidade de conexão íntima que os assinantes do site possuem em relação às modelos, como se fosse um encontro coletivo.

Quando questionada se ela assumiu alguma personagem durante a *live*, a participante 3 diz o seguinte: **“eu parei pra pensar assim que não, eu quero ser ouvida, então, acabei colocando uma roupa maior. O meu preparo foi ficar discreta porque**

naquele dia específico eu queria ser ouvida. Eu queria que as pessoas ouvissem o que eu tinha pra falar". Ela demonstra a consciência de que o público seria atraído para a transmissão ao vivo no *Facebook* para vê-la com pouca roupa e, se assim estivesse, não prestariam atenção no que tinha a dizer. **"O preparo que eu tive foi ficar mais discreta porque naquele dia eu não queria chamar atenção pro corpo ou pro rosto. Eu queria que me ouvissem de verdade"**, disse. Com isso, a modelo demonstra que ser uma *SuicideGirl* pode resultar em uma objetificação e que, para assumir sua condição de intelectualmente atrativa, deve anular seu corpo.

Em relação ao questionamento se é ou não feminista, a participante 3 é enfática ao dizer que não se considera. Como justificativa, ela expressa que tem pensamentos tradicionais, e dá como exemplo o fato de que acha que é o homem quem deve pagar a conta em um encontro com uma mulher, algo que ela supõe contrário à ideologia feminista. Em seguida, ela explica que nunca convida homens para encontros e, por isso, não divide ou paga integralmente contas em bares ou restaurantes, com exceção de amigos, e que isso também seria algo antifeminista. **"É meio tradicional, sabe? É como se fosse uma cortesia, uma questão de etiqueta"**. Ainda, a participante 3 alega que entende que deve ser tratada como princesa e, inclusive, tem essa figura tatuada em seu corpo. **"Qualquer homem que me tratar menos que uma princesa, ele não merece tá comigo"**, é a frase final a essa pergunta. É possível admitir que há uma confusão entre o que é ou não um tratamento adequado às mulheres por parte dos homens: ser tratada como princesa, para a modelo entrevistada, é sinônimo de cortesia. **"Eu vejo como se fosse uma honra a minha presença pra alguém"**, é sua justificativa para que entenda a conta como obrigação de quem a convida para sair. Para ela, todas essas atitudes a serem adotadas pelo homem são sinônimo de machismo, com o qual ela concorda – o cavalheirismo como um código de condutas patriarcal, tradicional, que enxerga a mulher como a parte mais fraca, a ser ajudada: **"é meio tradicional, sabe? É como se fosse uma cortesia, uma questão de etiqueta"**. A participante 3 está de acordo com esse tipo de conduta, que pode ser compreendida a partir da teoria do sexismo ambivalente.

Quando questionada se é possível ser feminista e *SuicideGirl* ao mesmo tempo, ela concorda: **"é possível no momento que a mulher entende que não tem nada de errado dela escolher posar nua ou com pouca roupa. Isso é um pensamento feminista, acho que tem tudo a ver com a proposta do site"**. Com essa ponderação, é possível depreender que, apesar de não concordar com algumas premissas do feminismo,

entende que outras – como a autonomia sobre o próprio corpo – lhe favorecem economicamente, em uma relação de retroalimentação entre a empresa e as modelos.

4.1.3.1 Análise do vídeo da participante 3

A transmissão ao vivo analisada é a única que a participante 3 realizou pelo *Facebook* do *SuicideGirls*. Ela tem 63min11seg de duração, e até o momento de sua análise, obteve 93 mil visualizações, 3,2 mil reações, 46 compartilhamentos e 1,6 mil comentários. A modelo está de *babylook* (camiseta justa) preta, óculos de aros grossos pretos, cabelos longos castanhos soltos, um *short* jeans curto e meias listradas em marrom e branco. Sua maquiagem é leve, com batom dourado claro. Atrás de si, há uma parede branca; em alguns momentos, aparece uma cômoda de madeira escura envernizada, um criado-mudo verde e duas camas de solteiro desarrumadas, uma porta estilo veneziana aberta dá acesso a outro local, com cortinas brancas curtas estilo *black-out*.

Durante a transmissão, a participante 3 mostrou suas tatuagens e respondeu a perguntas sobre suas predileções em relação a filmes, videogames, música, comida, bebida e etc. Para mostrar sua maior tatuagem, ela se virou de costas para a câmera, levantou a camiseta e teve o cuidado para que seus seios nunca aparecessem nesse movimento.

Foram detectados 45 pedidos para que mostrasse partes íntimas. Aos 10min30seg, a modelo responde ao comentário “**open t-shirt**” (levante a blusa) com um “**mmmmmm no**” (um murmuro seguido de um não), e, em seguida, ri. Já aos 14min40seg, ela diz, em um tom não áspero: “**ai que horror, um cara mandou uma coisa vulgar, não mandem coisas vulgares na minha live**”, em relação a um comentário em que caracteres formavam o desenho de um pênis. Aos 34min33seg, surgem os comentários “**Come on I will pay you 100 dolled**” (vamos lá, eu pago a você U\$ 100), para que mostrasse os pés, e em seguida, aos 34min48seg, “**Take shirt off so we can see tats**” (tire a camiseta para que possamos ver as tattoos). A essas solicitações, ela responde: “**Ah, tem uns pedidos que não dá**”. Cabe destaque a análise de que a garota não quis mostrar os pés, o que demonstra conhecimento de que esse é um fetiche ligado ao pornô (tanto *hard* quanto *soft*), algo do qual sua performance pretende se afastar.

Aos 37min40seg, uma pessoa comenta: “**Todo esse assédio masculino não te preocupa? Leio os comentários e, sinceramente, me dá pânico!**”, ao que a modelo diz: “**assim na live como na vida, a gente simplesmente ignora, mas tem tanta coisa**

bonita, para pra observar também! Não estou sendo grossa, estou? Olhar as coisas bonitas, a gente tem que olhar e pôr na balança, tem mais coisas bonitas do que ofensas ou coisas que me deixam desconfortável, então, não me incomoda não”.

Interessante apontar o fato de que ela dissocia a *live* com a vida (mesmo que o termo em inglês tenha, também, esse sentido), o que demonstra que a participação dela enquanto *SuicideGirl* é algo restrito às redes sociais, ou seja, faz parte de um mundo online; ela imputa limites entre o “real” e o “virtual”.

Assim, a *SuicideGirl* não atende aos pedidos para que mostre nudez, e, em vez de adotar uma performance agressiva, prefere convidá-los a verem suas fotos, mas, como as participantes 1 e 2, não informa que as imagens trazem seu corpo nu. Dessa forma, a maneira assumida pela modelo para divulgar o site é uma menção indireta, ou seja: se aqueles que solicitaram ver seus genitais entrassem no site, veriam algumas fotos da garota usando somente lingerie ou até mesmo sem sutiã. E, se entrassem na seção *profiles*, poderiam ver, inclusive, algumas outras modelos mostrando vaginas e mamilos sem censura.

Ao final do vídeo, então, a participante 3 diz para que aqueles que a acompanharam na transmissão tornarem-se membros do site para que pudessem ver seu *photoset of the day*, além das fotos das outras *SuicideGirls*. Em sua performance, ela permanece praticamente o tempo todo sentada sobre a cama e é responsiva, não propondo assuntos, mas sugerindo que as pessoas lhe façam perguntas.

4.1.4 Detecção de paráfrases e metáforas na entrevista da participante 4

A participante 4, quando perguntada se ela se acha bonita, responde: **“às vezes não acho tanto, mas acho que é por conta do estilo”**. Ela aponta que tentou enquadrar-se no padrão de beleza ocidental, mas passou a se sentir melhor quando parou de tentar. Uma das hipóteses ligadas a isso é o fato de ela ser afrodescendente, o que dificulta o encaixe nesses padrões, especialmente em relação à cor da pele e feições.

Questionada sobre o motivo pelo qual enviou fotos nua para o site, a modelo diz: **“no começo, quando eu enviei, eu fiz mais pela oportunidade”**. Em seguida, ela fala: **“aí eu fiz bem por hobby. Nunca esperei um outro retorno assim, nem fama, nem essas coisas. Gostei mais por entrar na comunidade, né”**. Com isso, a *SuicideGirl* adota a performance de alguém sem interesse em utilizar o corpo pornificado para ganhar

dinheiro em um contexto pornocultural, apesar de fazer parte dele e adotar a marca *SuicideGirls* para seu trabalho como DJ.

Perguntada sobre como lida com o fato de pessoas pagarem para ver suas fotos nua, ela afirma que o envio do ensaio para o site foi impulsivo. Em seguida, ela assinala: **“depois de um tempo, quando você vende suas fotos, se eles quiserem fazer, por exemplo, produtos com sua foto, com a sua cara, eles podem, né. Tipo caneca, camiseta, essas coisas. Eu não curto muito esse lado, não. Porque você vende seus direitos, né”**. Com essa afirmação, a participante 4 demonstra inconformidade com o fato de o site pagar apenas pelas fotos, mas ter o direito de uso das imagens para souvenirs, o que amplia os lucros para a empresa, mas não para ela. Além disso, há o fato de que, com os produtos contendo as imagens das modelos nuas, há uma literal objetificação das *SuicideGirls*. Já em relação às fotos propriamente ditas, ela percebe os assinantes do site como um público diferenciado, **“pessoas que já sabem lidar mais com o nu. Então eles não são igual o público do Instagram, sabe?”**. Assim, a entrevistada denota entender que os assinantes seguem uma cartilha de regras de convivência para com as modelos impostas pela empresa, e esse controle sobre a atitude dos membros do site é algo que a agrada.

Sobre os benefícios em ser uma *SuicideGirl*, a participante 4 garante que a marca **“abriu portas para alguns outros trabalhos”**, como o de ser DJ residente da *SuicideGirls Party* no Brasil. Em seguida, ela fala que já tocou em festa no interior de São Paulo voltada ao público feminino e *geek*. Ela é a única entrevistada que lembra do público *geek*, que é um dos principais alvos da empresa *SuicideGirls*.

Quando a participante 4 é questionada sobre como é sua relação com a nudez, a resposta é temporalmente localizada em relação aos momentos em que faz fotos nua. Ela pontua: **“eu sou bem tímida em relação tipo, conversar com as pessoas, mas na questão foto, eu fico super tranquila”**. Já em relação às suas fotos na internet, ela diz que **“em relação a ataque de internet, hoje em dia é muito fácil ignorar essas coisas”**. A entrevistada deixa intrínseco que a exposição de seu corpo nu nas redes sociais ou em sites pode lhe causar transtornos de ordem moral, mas os benefícios apontados fazem-na superar esses riscos.

Quando questionada se assiste pornografia, ela mantém uma postura feminista antipornô. **“Na verdade, eu não curto muito. Em questão de posicionamento feminista, eu não acho que é uma coisa legal de se ver”**. Ela associa diretamente a pornografia a algo ruim em relação às mulheres e não aborda, por exemplo, iniciativas de

pornografia feminista. Ainda, importante destacar que o site *SuicideGirls* é considerado pornô *soft*. Assim, a participante 4 aponta que a sua participação no site com fotos de nudez não é, para ela, pornografia. Há, assim, uma tentativa de enquadrar o pornô *soft* em uma categoria externa à pornocultura.

Perguntada se ela se considera uma estrela da internet, uma influenciadora digital, a participante 4 aponta que a maioria dos seus seguidores é composta por homens, o que reduz seu poder de influência nas redes. Isso denota, ainda, que ela reconhece que a pornificação de sua imagem é seu capital na internet.

Questionada sobre como as marcas a procuram, já que apenas 30% do seu público é feminino, a *SuicideGirl* afirma: **“acho que é uma questão de baratear também o custo da publicidade. Ao invés de você alugar um estúdio, pagar o cachê da modelo e tal, eles já te dão a roupa para você fazer por conta própria. Eles já sabem que a pessoa consegue tirar uma foto com qualidade, entende de pose, entende de luz, né. Esse negócio de blogueirinha... todas as meninas já sabem como tirar foto sozinha de um jeito que favoreça os ângulos”**. Esse enunciado destoa da afirmação contrária ao fato de o *SuicideGirls* ter os direitos de imagem sobre as fotos nua. Ao mesmo tempo em que ela aponta não gostar que sua imagem seja transformada em souvenirs pelo *SuicideGirls*, a modelo manifesta conformidade às regras de mercado que autorizam marcas de roupas e acessórios a utilizarem sua imagem para publicidade em troca do próprio produto usado para a foto que foi postada nas redes sociais. **“Acaba sendo tudo uma troca”**. Com essa afirmação, ela aponta que também é beneficiada pelas marcas, que a inserem no mercado como modelo e dão importância a sua imagem, pornificada a partir do momento em que faz parte do casting do *SuicideGirls*.

Questionada sobre como lidou com os pedidos de nudez ao vivo, a participante 4 diz: **“olha, na hora a gente até dá uma xingada. (...) Algumas pessoas começam até xingar de verdade porque você ignorou. A gente acaba ignorando. (...) Depois a gente meio que dá um *block* em todo mundo que faz comentários ofensivos”**. Ela informa, com essa resposta, que existe uma relação de agressividade mútua em virtude das solicitações de exposição de partes íntimas. Os solicitantes são atacados e reagem. Os que não se sujeitam aos xingamentos e são mais ofensivos acabam sendo bloqueados. A entrevistada não aponta qualquer possibilidade de assentimento aos pedidos, em um posicionamento de conformidade às regras impostas pela empresa e pelo *Facebook*. Em seguida, ela adota uma performance de timidez, ao dizer que fez apenas uma transmissão ao vivo por ter **“muita vergonha de falar em vídeo. (...) Não conseguindo me soltar**

tanto para falar". A interação com os assinantes do site se dá por meio de respostas a comentários, por escrito.

Quando questionada se é feminista, a participante 4 afirma que **"sendo mulher é impossível não ser. A partir do momento que você começa a ter visão de como as coisas funcionam, você tem que se posicionar porque não é nem um pouquinho vantajoso ser cega e fingir que nada acontece"**. Em seguida, ela diz: **"quando subiu o primeiro ensaio para o site, eu já tava pensando nisso porque eu sabia que ia trazer um certo tipo de atenção de pessoas. Eu ia ter que saber lidar com isso. Então eu tive que ser bem firme com meu posicionamento para não me importar tanto com as coisas e saber que eu to fazendo aquilo e não importa qualquer coisa que falarem não tem nada a ver. O fato de eu fazer ensaio. Há certos adjetivos que os caras colocam e tudo mais"**. Pode-se depreender que a participante 4 compreende a exposição de corpos nus na internet como um potencial para ataques a sua condição enquanto mulher e que preferiu seguir seu intuito de manter suas fotos nua na internet inclusive como posicionamento ideológico feminista. Mesmo sabendo do risco de sofrer agressões, ela escolheu se expor, como uma demonstração de que sua vontade prevalece em relação ao julgamento alheio.

Perguntada se é possível ser feminista e *SuicideGirl* ao mesmo tempo, ela indica que sim, apesar de entender que **"tem muitas meninas que não curtem porque tem uma questão de você estar gerando conteúdo para caras machistas, os mesmos que gostam de pornografia, por exemplo"**. Há um discurso dicotômico na entrevista da participante 4, já que, ao mesmo tempo que reconhece que os assinantes do *SuicideGirls* procuram uma experiência pornô no site, ela entende a empresa como algo não pornô. Por outro lado, a entrevistada assinala que a fundadora do site – e, no seu entendimento, a filosofia da empresa também – é feminista e pretende promover a autonomia feminina. **"Então eu me apego mais nesse sentimento. Eu sei que hoje já mudou muito. Porque há uns dez anos atrás, as meninas eram muito mais agressivas no estilo. Hoje não. Hoje elas tentam se encaixar num padrão meio Lolita, padrões que na verdade é mais para agradar os caras, que é a ideia contrária do começo, né. A ideia contrária era não querer agradar ninguém. Hoje já não é a mesma ideia"**. Com essa conclusão, a participante 4 destaca que o posicionamento das modelos do site é condicionado pela pornocultura, com estratégias de mercado semelhantes às de sites de pornô hard.

A participante 4 avalia a mudança no comportamento das *SuicideGirls* como um indicativo de utilização da imagem pornificada para a captação de seguidores, o que se

transforma em remuneração a partir da publicidade. **“Eu acho que um pouco da fama por *like*, né. Porque hoje tudo você vê em número. Uma pessoa que agrada mais tem um milhão. Uma pessoa que se posiciona mais tem 100 mil. Acho que chama atenção. Sobe pra cabeça. Seria, sei lá, um capitalismo do *like*”**. Ela se posiciona de forma crítica à monetização de sua nudez, mas especialmente em virtude do público não selecionado. **“Então eu não acho tão positivo você ter, sei lá, um milhão de seguidores e ser 80% um monte de cara mané”**. Em seguida, a participante 4 refere o seguinte: **“hoje, se você prestar mais atenção, as meninas mais novas, elas fazem ensaios como se elas fossem até menores de idade, sabe? Por conta do público. E eu não acho que isso seja tão legal. Eu nunca fiz um ensaio com essa estética que eu quisesse parecer mais nova. Ou que eu quisesse parecer menos agressiva. Já cheguei a participar dentro de *shootfest* e as meninas estarem falando ‘ah, faz maria chiquinha’, ‘usa roupa da Sailor Moon’ porque os caras gostam de menina com cara de mais nova”**.

A partir desses apontamentos, pode-se compreender uma discordância da entrevistada com o direcionamento das demais modelos para um trabalho *soft porn*. Ela adota, novamente, a performance de firmeza em suas convicções e desinteresse na monetização da própria nudez: **“não vou querer parecer mais nova. Eu tenho esse perfil e eu vou continuar com esse perfil e se não gostarem, problema deles. Porque eu já falei que eu faço por hobby. Eu não busco nenhum retorno financeiro. Então, por mim, agradecer ou não agradecer, eu não ligo”**.

A participante 4 aponta que é possível ser feminista no site, mas, em relação às redes sociais de franco acesso, essa conduta exige mais de si: **“eu fiz um ensaio que eu não acho que seja revolucionário, mas, se eu fizesse para o *Instagram*, eu tenho certeza que as pessoas não iam gostar. Eu fiz um ensaio com calcinha bege de poliamida. Que eu falei ‘ah, eu não ligo para isso’. Dentro do site, gostaram. Já no *Instagram*, o pessoal não foi muito com a cara porque é um público mais *mainstream*, sabe? E eu fiz mais para a estética do site com as pessoas que estão acostumadas com coisas diferentes”**. Além de indicar a diferença de atitude entre pagantes e não pagantes, a *SuicideGirl* manifesta o site como um local de proteção e conforto para suas iniciativas que considera fora do comum, como um ensaio de nudez com lingerie bege – cor considerada popularmente como algo antagônico à sexualidade.

4.1.4.1 Análise do vídeo da participante 4

A transmissão ao vivo analisada teve a atuação, além da participante 4, de mais outras cinco *SuicideGirls*. Até o momento da análise, houve 139 mil visualizações, 4,8 mil reações, 68 compartilhamentos e 3,4 mil comentários. A participante 4 está de macacão preto com decote médio, colar grande de pingentes de metal fosco, maquiagem leve e batom vinho, cabelos pretos lisos, soltos, divididos ao meio. Em virtude do número de modelos e do enquadramento da transmissão na vertical, ela estava ao fundo no início do vídeo e praticamente não aparecia; aos poucos, vai se posicionando à frente. Ela praticamente não interage com o público durante os 14min52seg do vídeo.

As demais estão vestidas também de preto, apenas uma delas com decote maior. Elas citam ter um tempo predeterminado de 10 minutos de transmissão antes de sair para uma festa das *SuicideGirls* que ocorreria na cidade instantes depois. A transmissão acontece em um cômodo que parece ser um escritório, com uma parede inteira preta na lateral direita e uma janela grande com persianas de alumínio ao fundo, com rede de proteção. Há uma escrivaninha com computador e materiais de escritório à esquerda das modelos e, à direita, uma estante de madeira clara com alguns objetos decorativos coloridos. Todas ficam de pé, enquanto uma sétima pessoa, o esposo de uma das garotas, segura o telefone.

Dos 3,4 mil comentários, a pesquisa detectou 55 cujo conteúdo era relativo a pedidos para que mostrassem partes íntimas ou encenassem posições ou atos de conotação sexual. A participante 4 não fala durante toda a transmissão, apenas acompanha a leitura de comentários feita pela outra participante que também está posicionada à frente. Durante praticamente todo o tempo, elas saúdam aqueles que pedem para que deem olá – a maioria de outros países, mas também há brasileiros. Aos 12min56seg, surge o comentário “**Would u girls do a 69 (Garotas, vocês querem fazer um 69?)**”, ao que a *SuicideGirl* ao lado da participante 4 responde um murmurado “**humpf, não**”, algo que gera reação semelhante nas demais, que não falam nada, mas franzem os cenhos momentaneamente. Esse é o único comentário de conotação sexual que mereceu a atenção das modelos durante o vídeo. O demais 54 foram ignorados. Não houve qualquer menção a infringir as regras do *Facebook* ou da empresa para que não mostrassem partes íntimas. Apesar de este estudo se tratar de análises de discursos individuais, cabe ressaltar um comportamento coletivo – as posturas das seis modelos de levantarem os braços, acenarem para a câmera, lerem os nomes de localidades dos comentaristas praticamente

ao mesmo tempo, bem como a cor do vestuário e a maquiagem. Elas também não mostram suas tatuagens individualmente, alegando falta de tempo, já que a transmissão deveria ter apenas 10 minutos (mas houve, aí, uma transgressão, já que o vídeo durou mais de 14 minutos).

5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A partir da análise de discurso das quatro participantes e suas respectivas transmissões de vídeo ao vivo pelo *Facebook* das *SuicideGirls*, é possível perceber que ideologias do poder capitalístico e feministas perpassam suas formações discursivas, como também pressionam suas subjetivações. Como nesta pesquisa o objetivo é detectar que elementos dessas ideologias estão presentes e identificar quais concepções relativas à autonomia feminina se manifestam em seus discursos, a discussão dos resultados se dará em duas etapas, correlacionadas. A primeira abordará questões relativas à ideologia de poder capitalística e suas nuances e a segunda traçará pontos em comum a respeito da ideologia feminista. Importante destacar que ambas estão estritamente relacionadas com o conceito de pornocultura sugerido por Attimonelli e Susca (2017).

5.1 Ideologia do poder capitalístico

Nas construções dos discursos das participantes desta pesquisa, é possível apreender o que Guattari e Rolnik (1996) chamam de produção de subjetividade capitalística a partir de processos de serialização e de identificação coletiva. Quando a participante 4 fala em “**capitalismo do like**”, ela resume a situação em que as *SuicideGirls* estão envolvidas: a pornocultura (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017) na qual a modernidade tardia está imersa é matéria geradora de um novo tipo de ocupação capitalística para pessoas na crise de identidade detectada por Stuart Hall (2004), quando a sociedade do espetáculo (DEBORD, 2003) proporciona uma nova matriz de modelo econômico, em que o efêmero e o hedonismo do cotidiano irreprimível (MAFFESOLI, 1996) são vendáveis. Como emergem das entrevistas semiestruturadas e da contextualização das participantes, elas são ou almejam ser influenciadoras digitais – que têm algum poder no processo de decisão de compra, de colocar discussões em circulação, que podem influenciar decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais dos que estão em sua rede (KARHAWI, 2017).

Por diversas maneiras, os discursos das entrevistadas apontam para o fato de que ser uma *SuicideGirl* é uma chancela econômica para que, a partir desse “selo”, elas adquiram o capital social necessário para serem influenciadoras digitais. A empresa *SuicideGirls* empresta a elas o poder (FOUCAULT, 1999) necessário para que tenham até mais de uma centena de milhares de seguidores e, com isso, demonstrem a importância

digital necessária para chamar a atenção de marcas que queiram contratá-las para publicidade. Esse pensamento é sintetizado pela seguinte afirmação da participante 1: **“não dá para você viver de *SuicideGirls*. O *SuicideGirls* não te paga um salário, mas ele te abre portas para o mercado de trabalho”**.

O efêmero, sendo produto e característica desse mercado, é marcante nos discursos. Quando a participante 3 fala **“mas vez ou outra que eu vejo uma oportunidade de ter mais seguidor, eu aproveito”**, pode-se compreender essa sistemática prevista por Hall (2004) de produção constante de conteúdos flutuantes e impermanentes. Além disso, a atividade principal das *SuicideGirls* enquanto influenciadoras digitais – mostrar seu corpo pornificado, belo (de acordo com os padrões ocidentais contemporâneos) e modificado – aponta para o *ethos* cunhado por Maffesoli (1996) de ética da estética.

A medida de sucesso a partir do número de seguidores é uma constante nos discursos. A participante 2 menciona que **“eu já consigo tirar as minhas próprias fotos pra me divulgar, já consigo parceria com marca, eu posei pra Playboy”** a partir do fato de ter 128 mil pessoas que a seguem em seu *Instagram*. A participante 3 diz que **“esse não é meu foco, mas não deixa de ser uma meta”**, e a participante 4 aponta que ser *SuicideGirl* **“abriu portas para alguns outros trabalhos”**. Assim, elas apontam para uma objetificação de seus corpos, pressionados por dispositivos capitalísticos (GUATTARI; ROLNIK, 1996). Mas, consoante o apontamento de Foucault (1999), **a vontade de saber (quando as pessoas querem ver corpos pornificados nas redes sociais) serve ao sexo, e, portanto, à pornocultura, como suporte e instrumento**.

Apenas uma crítica ao modelo econômico aplicado pelo site *SuicideGirls* surge dos discursos das participantes em análise, referindo-se à venda de direitos das imagens das modelos para a produção de suvenires. Existe uma acomodação discursiva a respeito da exploração econômica dos corpos das *SuicideGirls* pela empresa. Em ensaios, a empresa gasta U\$ 30 mil por mês. A receita mensal, apenas se for levado em consideração o número mínimo de pessoas que “curtem” cada ensaio que vai para a capa do site (2 mil), seria de aproximadamente U\$ 24 mil. No entanto, em entrevista à Revista Esquire⁴⁶ em 2014, a proprietária da empresa fala em centenas de milhares de assinantes. Esse silenciamento reforça a existência – sobre as participantes da pesquisa – de uma pressão capitalística de aceitação dessas condições para a manutenção do status que a marca

⁴⁶ <http://www.esquire.com/entertainment/a23778/suicide-girls-missy-suicide-photos/>

SuicideGirls proporciona, o que acompanha o pensamento de Guattari e Rolnik (1996) a respeito da transformação da máquina desejante da sexualidade para uma máquina de trabalhar, o que acaba por sufocar as possibilidades de expressar revolta. O que se desprende dos seus discursos a esta pesquisa é um acordo tácito em que a empresa concede sua grife ao custo de U\$ 500 dólares pagos às modelos, que lhes fornecem suas imagens de nudez para sempre. Quando utilizam a grife *SuicideGirls* (seja por meio de *hashtags*, pela incorporação do selo da empresa às fotos e páginas em diferentes redes sociais ou em narrativas sobre sua condição de modelo oficial), elas podem ganhar relevância não apenas no cenário pornocultural, mas como influenciadoras digitais. Ou, como dizem a participante 4, **“acaba sendo tudo uma troca”**, e a participante 2, **“nada mais justo do que eu me autopromover, né”**. Ao preço de U\$ 500, elas aceitam vender suas imagens sem prazo de término da cessão de uso, tornam-se uma parte da engrenagem capitalística que move o negócio – e a indústria pornográfica como um todo. Em troca, são autorizadas a manifestarem publicamente que são modelos oficiais, mas, como uma das participantes afirma, **“a menina precisa se ajudar (...) ficar postando”**. Em outras palavras: por um preço irrisório, vendem sua imagem de nudez *ad aeternum*, sob a promessa de um futuro lucrativo a partir de negócios com outras empresas que dependerão exclusivamente das modelos. Tudo sob a mercantilização de um pretense (ou suposto) feminismo. Ocorre um processo de opressão capitalística disfarçada de resistência.

De uma forma geral, o discurso presente nas entrevistas semiestruturadas e nos vídeos analisados aponta para a economia do desejo derivada de um mundo dominado pela subjetividade masculina, uma subjetivação feminina, nos termos de Guattari e Rolnik (1996). Os processos de produção de subjetividade coletiva que atravessam os discursos das participantes são marcadamente pressionados pelas estruturas de poder capitalístico, e encontram-se no limiar entre uma estética da cultura de massa pornográfica e o novo cenário mercadológico calcado na efemeridade implantado pela cultura digital. Quando a participante 2 pontua que **“não é uma carreira, mas é uma coisa que tu vai construindo”**, observa-se essa incerteza do tipo de atuação profissional que pode ser seguido, sem um manual de como, objetivamente, ganhar dinheiro. Em diversas oportunidades, há indicação de que ser uma *SuicideGirl* pode passar do status de hobby para se transformar em um atributo que as alça a voos profissionais maiores e distintos da atuação original. Ou, como diz a participante 2, **“muita gente me reconhece na rua, eu já dei autógrafa, já tirei foto, eu recebo muito presente de marca, muito presente**

de fã, de seguidor, muita coisa, muita coisa". Como bem pontua Attwood (2007), as mulheres que aparecem no *SuicideGirls* podem tornar-se microcelebridades, e é o que os discursos apontam como desejo capitalístico das modelos.

Contudo, importante destacar a relevância que atinge a necessidade de distanciar o status de *SuicideGirl* de qualquer atividade pornográfica nos discursos aqui analisados. Como bem frisa Attwood (2007), o site *SuicideGirls* atua em um limite enevado entre a representação sexual e a autorrepresentação, e o comércio é parte da formação identitária da comunidade. No entanto, como Attwood (2007) afirma, a migração da pornografia para a internet complica os modelos de produção e consumo cultural, além de tornar mais difícil a classificação do que é e o que não é sexo comercial. Essa dificuldade é claramente percebida nos discursos das pessoas entrevistadas. Um exemplo é a seguinte formação discursiva da participante 1: **"não comparo a pornografia, ou uma atriz pornô, por exemplo, com algo que eu faço, porque o que eu faço são fotos. Tem meninas que fazem camgirl. Que fazem fotos mais voltadas para o pornô, mas não é bem o que eu faço com a minha imagem"**. Na mesma toada, a participante 2 se refere aos assinantes do site como **"pessoas que realmente gostam de pessoas tatuadas"** e a participante 3 diz que o segmento em que o site atua é de **"pessoas modificadas"**. A participante 4 diz que **"tem muitas meninas que não curtem (a proposta do *SuicideGirls*) porque tem uma questão de você estar gerando conteúdo para caras machistas, os mesmos que gostam de pornografia, por exemplo"**. Essa preocupação em distanciar a atividade do site de uma atuação pornô fica evidenciada e há, subjacente, uma ideologia capitalística que lhes impulsiona a abafar qualquer menção direta à pornografia.

A censura ao pornô (DESPENTES, 2016) provocada pelas estruturas de poder que influenciam o inconsciente maquínico (GUATTARI; ROLNIK, 1996) está ligada aos processos molares presentes nos discursos das participantes. A negação da pornificação de si (BALTAR; BARRETO, 2014) está estratificada nas participantes, mas emergem conflitos entre essas estratificações dominantes e a subjetivação feminina das *SuicideGirls* nas entrevistas. Isso porque essa subjetivação, que se manifesta nos discursos de diversas formas – especialmente quando se fala de beleza, feminismo e pornografia – é justamente a economia do desejo derivada de um modelo falocrático (GUATTARI; ROLNIK, 1996), no qual bebe a indústria pornográfica, seja ela *hard core* ou *soft core* (SARRACINO; SCOTT, 2008). E, conforme Attwood (2007), sim, o *SuicideGirls* é um site pornô. Ou seja, o que se vislumbra nos discursos analisados é uma tentativa de negar o que a própria empresa afirma na sua declaração de Termos e

Condições: há representação visual de conduta sexual explícita simulada (o texto diz: todos os modelos, atores, atrizes e outras pessoas que aparecem em qualquer representação visual da conduta sexual ou explícita simulada representada neste site devem ter mais de 18 anos no momento em que a imagem visual foi produzida⁴⁷).

Essa necessidade percebida nas vozes das modelos entrevistadas aponta para a atuação da sociedade de controle (DELEUZE, 1992) sobre suas subjetivações. Como pode-se depreender de suas falas nas entrevistas semiestruturadas e nos vídeos ao vivo, existe um discurso do recato, do pudor, exatamente o previsto por Foucault (1999) como sendo um dos quatro dispositivos de saber e poder: a socialização econômica das condutas de procriação. Apesar disso, elas acreditam estar protagonizando, por meio de revoluções moleculares, uma revolução molar (GUATTARI; ROLNIK, 1996) para devolver às mulheres o protagonismo de seus próprios corpos. No entanto, como já dito, existem mecanismos de disfarce para que a venda de suas imagens nuas a baixo custo seja encarada como oportunidade para conseguir outro tipo de lucratividade, o que uma das participantes apontou anteriormente como “capitalismo do like”. Assim, a imagem de autonomia feminina gerada pelo *SuicideGirls* é da ordem capitalística. Há o protagonismo sobre seus corpos, mas ele é impedido de manifestar-se totalmente pela lógica pornocultural.

Outro caráter capitalístico possível de depreender dos discursos analisados é em relação à pornificação das transmissões ao vivo pelo *Facebook*. A participante 3 diz, sobre os vídeos: **“deve dar curiosidade de ver ‘ah, como ela é de verdade’ porque na foto a gente tá parada, né? Acho que o vídeo tem mais intimidade, tem mais proximidade”**. Fica implícito nos discursos que todas as participantes sabem que são assistidas em virtude de suas fotos nuas em seus perfis no site *SuicideGirls*, apesar de nunca mencionarem, nos vídeos analisados, que estão sem roupa e em poses *soft porn* nos ensaios. Como elas dizem durante as entrevistas, há um caráter de agradecimento ao público em suas transmissões. De fato, as performances não se desenvolveriam se não houvesse esse público, já que grande parte do tempo é consumido lendo os comentários escritos na página durante a *live*. Ele é formado, também, por membros da comunidade *SuicideGirls*, que assinam o site com o objetivo de acessar conteúdo de nudez. Assim, percebe-se a existência do fenômeno analisado por Patterson (2004) de retrodependência entre modelo e público nas transmissões, em que o cotidiano sem nudez faz parte da

⁴⁷ <https://www.SuicideGirls.com/legal/#privacy>

pornosfera (MCKEE; MCNAIR; WATSON, 2015) que engloba essa atividade. Elas participam da engrenagem capitalística, não lutam contra a estrutura, mas beneficiam-se (ou performam para um dia poderem usufruir) dela.

Por fim, cabe destacar a ideologia de poder sobre o corpo (GUATTARI; ROLNIK, 1996) e a negação de uma possibilidade de rebeldia (GARLICK, 2011) em relação às normas que proíbem a nudez nas transmissões ao vivo pelo *Facebook*. Como bem exposto pelos discursos das modelos, tanto a plataforma quanto a empresa *SuicideGirls* vedam que sejam mostradas partes íntimas nos vídeos do *Facebook*. Os discursos apontam a uma obediência à norma, como o que indica a participante 1: **“as transmissões, tanto por *Instagram* ou *Facebook* no *Suicide*, ele (o site) é muito restrito. Então, não pode ter nudez, não pode ter uso de drogas”**. Em nenhum momento durante as entrevistas ou nas transmissões analisadas, houve qualquer menção em transgredir essas regras. Há um silenciamento em relação às possibilidades de microrrevolução (FOUCAULT, 1999), de revoluções moleculares protagonizadas pelas entrevistadas. Aqui, se mostram estratificadas as forças de poder nas zonas de subjetivação (DELEUZE, 2005) das *SuicideGirls*, a ponto de não haver qualquer questionamento delas sobre os motivos pelos quais não é possível atender aos pedidos dos comentários para que mostrem seios, vaginas ou nádegas. A obediência à essa ideologia se mostra presente, ainda, quando os discursos indicam um sentimento de raiva àquilo que é contrário a esse imperativo, especialmente nos momentos em que as formações discursivas assinalam as respostas agressivas a essas solicitações.

Essas manifestações estão todas na ordem da performance (SCHECHNER, 2003), já que incluem uma introjeção e ressignificação da norma a partir da interação possibilitada pelas relações online das participantes. Imersas na sociedade do espetáculo, as entrevistadas utilizam, em suas transmissões, todos os artifícios para a realização de um teatro da vida comum ao vivo, utilizando seus cenários cotidianos (GOFFMAN, 2002) para inserir o público em seus vídeos e simulando uma conversa em um ambiente único. Seus palcos são seus quartos e escritórios, e suas personagens são seus “eus” inventados a partir do processo de subjetivação enquanto modelos *SuicideGirls*, em uma exibição ao extremo de seus cotidianos banais. O fazer, o mostrar e a interação que surge desse *continuum* servem ao poder capitalístico; essas práticas, ancoradas na pornocultura, são a moldura dos discursos analisados nesta pesquisa. Como em um espetáculo, elas elaboraram roteiros prévios, como assinala a participante 3: **“o meu preparo foi ficar discreta porque naquele dia específico eu queria ser ouvida. Eu queria que as**

peças ouvisses o que eu tinha pra falar". Essa postura denota um caráter não de resistência, mas de aceitação das regras impostas pela pornocultura, pela pornificação e objetificação dos corpos.

Mesmo que, durante o vídeo, a participante 3 não tenha feito nenhum monólogo sobre algum assunto específico e tenha se atido a responder perguntas sobre gostos pessoais, seu discurso imagético e gestual, bem como sua escolha em não mostrar partes íntimas, é de aceitação à norma, assim como os discursos das demais. Surgem diversas performances: garota recatada, mulher de negócios não agressiva, tímida e reservada, figura pública, influenciadora digital, simpática e carismática, humilde em relação às *SuicideGirls* bem-sucedidas, ingênua, puritana, estrela da internet, que mantém um descolamento do caráter econômico da própria atividade remunerada, enraivecida, *underground*, despreocupada, segura de si, agressiva, passiva, tímida e firme nas próprias convicções. São personas adotadas pelas participantes para reforçar seus discursos em relação a forças exercidas pelo poder econômico capitalístico (SIBILIA, 2018) em suas mais diferentes formas, dentro do contexto pornocultural.

5.2 Ideologia feminista

Outra ideologia que atravessa os discursos das participantes desta pesquisa é a feminista. No entanto, cabe destaque a percepção de que, como essa é uma teoria proveniente de ondas, a análise torna-se segmentada em diversos enfoques, que serão apresentados a partir de seus encadeamentos às formações discursivas, de acordo com suas temáticas ideológicas.

Vejamos: a participante 4, ao contar seu estado de espírito quando o primeiro ensaio de nudez foi publicado na capa do site *SuicideGirls*, fala que **"já tava pensando nisso (no estigma em torno da nudez) porque eu sabia que ia trazer um certo tipo de atenção de pessoas. Eu ia ter que saber lidar com isso. Então eu tive que ser bem firme com meu posicionamento para não me importar tanto com as coisas e saber que eu tô fazendo aquilo e não importa qualquer coisa que falarem, não tem nada a ver. O fato de eu fazer ensaio. Há certos adjetivos que os caras colocam e tudo mais"**. A apreensão em torno da nudez está presente não apenas em seu discurso, mas em sua performance no vídeo ao vivo, assim como nas transmissões das demais participantes. Formação discursiva no mesmo sentido é elaborada pela participante 2: **"como tinha o ensaio nu, a gente acaba com um pouco de receio"**. Como bem aponta Agamben

(2015), a nudez é inseparável de uma assinatura teológica. Mesmo que as entrevistadas não tenham, em nenhum momento, citado qualquer influência religiosa sobre seus pensamentos e práticas, a sociedade traz, em si, esse veto à nudez, primordialmente, como controle da sexualidade (FOUCAULT, 1998). A máquina desejante (GUATTARI; ROLNIK, 1996) precisou dar espaço à máquina de trabalhar, para manter a dominação sobre as reservas da capacidade de expressar revolta contra o sistema.

Apesar disso, todas afirmam ser integrantes de um nicho contracultural (garotas que cometeram suicídio social ao se mostrarem nuas, tatuadas, com *piercings* e alargadores, que pintam o cabelo de cores chamativas). Há, aqui, uma força ideológica feminista de 3ª onda, que prega a aceitação da diferença pela sociedade, especialmente no que tange à categoria mulher (BUTLER, 2003). Mas, o que se depreende de seus discursos é ainda uma conexão profunda pornocultural aos padrões ocidentais de beleza feminina (CHRISLER; SALTZBERG, 1995). A participante 1 destaca que **“em questão a padrões impostos pela sociedade, eu já me senti muito feia”**, a participante 2 diz, ao explicar seus problemas em relação ao seu próprio corpo, **“que horrível esse nariz, que horrível esse olho, que horrível tudo, sabe? (...) e daí sempre tem alguém também pra tá te falando: esse cabelo não ficou legal em ti (...) eu quero me sentir bonita (...) eu me sinto bochechuda, eu me sinto nariguda, meu olho é pequeno”**; a participante 3 fala **“eu gosto de ser magra”**; e a participante 4 pondera, sobre achar-se ou não bonita, que **“às vezes não acho tanto, mas acho que é por conta do estilo”**. Pode-se perceber uma pressão intensa e incessante sobre suas subjetivações dessa matriz, em contínua mutação por conta dos mercados pornoculturais. Esse movimento mostra o cabo-de-guerra entre os dispositivos de repressão e os agentes impulsionadores de microrrevolução: ao mesmo tempo em que os discursos apontam, no geral, a uma autonomia sobre o próprio corpo (GUATTARI; ROLNIK, 1996), eles também revelam as pressões que a ordem capitalística e seus padrões de consumo dos corpos (CHRISLER; SALTZBERG, 1995, SIBILIA, 2018) exercem.

Ainda, cabe destacar a importância que submerge dos discursos à transformação do que é *underground* em algo *mainstream* (GARLICK, 2011, SARRACINO; SCOTT, 2008, PATTERSON, 2004, PAASONEN, 2014). A participante 3, por exemplo, exprimiu que não quer **“fazer parte de um padrão social”**, mas, ao mesmo tempo, lembrou que **“na comunidade *Suicide*, foi onde eu me encontrei e assim que eu comecei a modificar meu corpo eu vi que eu me identificava mais ainda e que, talvez, seria interessante eu participar mesmo do site”**. Assim como ela, as demais incluíram em

seus depoimentos o seu desejo de “fazer parte de uma comunidade que as entenda e não as julgue”.

É nesse desejo que está alicerçada a aceitação da venda de suas imagens de nudez, de seu corpo pornificado (PAASONEN, 2016, SARRACINO; SCOTT, 2008, BALTAR; BARRETO, 2016, SIBILIA, 2015). Seus discursos apontam que **“tão pagando pra ver, sabe, tipo, não me importo”, “claro, a gente fica meio assim vendo as pessoas vendo a gente nu, sei lá. (...) as pessoas são também preconceituosas com o nu”** (participante 2); **“porque tem muitas outras formas de ver nu ou qualquer outro tipo de vulgaridade de graça na internet. Então, acho que se tá pagando num site que o foco é um estilo diferenciado, esse é o propósito. A pessoa paga para ver o estilo”** (participante 3); os assinantes são **“pessoas que já sabem lidar mais com o nu. Então eles não são igual o público do *Instagram*”** (participante 4). Essas formações discursivas apontam a um feminismo pró-sexo (WILLIAMS, 1989, SARRACINO; SCOTT, 2008, DESPENTES, 2016). Contudo, os discursos indicam para a direção de uma busca pela elegância e, conseqüentemente, por um público elegante – algo que fica claro na diferenciação entre assinantes do site e usuários do *Facebook* e *Instagram*. Ainda, demonstra a existência de um contrato de compra e venda entre consumidores e empresa (respeitado pelas modelos). Ou, como sugere Attwood (2006), a modernidade tardia apresenta uma nova pequena burguesia cuja visão do sexo como diversão e estética é seu emblema para se definir como sofisticada.

Essa proposição surge para distinguir seus membros dos integrantes de uma burguesia velha e “não liberal” (ATTWOOD, 2006). Como diz a participante 4, **“eu fiz um ensaio com calcinha bege de poliamida. Que eu falei ‘ah, eu não ligo para isso’. Dentro do site, gostaram. Já no *Instagram*, o pessoal não foi muito com a cara porque é um público mais *mainstream*, sabe?”**. A participante 2, sobre homens verem suas fotos para a masturbação: **“é claro que eles fazem vendo as fotos, né, porque é homem – mas pelo menos não vão estar ali escrevendo, insinuando pra gente alguma coisa”**. Existe, de forma deliberada, essa diferenciação de público, como será gizado mais adiante – uma classificação entre pessoas de gosto refinado e elegantes (os assinantes) e aquelas de “mau gosto”, que veem pornô *hard core*, deselegantes (usuários das redes sociais gratuitas).

Além disso, os discursos, tanto nas entrevistas semiestruturadas como nos vídeos, apontam que existe uma conversa com o mundo *geek* (MILNER, 2004). De fato, como mesmo diz o site *SuicideGirls*, seu negócio é voltado especialmente (mas não

unicamente) para o universo *geek*. No Weekemedia Commons⁴⁸, por exemplo, o *SuicideGirls* é definido como um site para adultos que traz fotos *soft core* de *pin-ups* cujos perfis são de jovens garotas *indies*, *punks* e góticas. Ou seja: existe um nicho específico de público ao qual se quer atingir, que ignora mulheres mais velhas, por exemplo.

Essa postura de mercado fica evidente na fala da participante 4: **“hoje elas tentam se encaixar num padrão meio Lolita⁴⁹, padrões que na verdade é mais para agradar os caras, que é a ideia contrária do começo, né. A ideia contrária era não querer agradar ninguém. Hoje já não é a mesma ideia”**. Ela mostra, assim, uma inconformidade com o posicionamento do site *SuicideGirls* de proporcionar conteúdo para o nicho de mercado conformado por pessoas que gostam de garotas com aparência adolescente ou infantilizada. Ainda, parece não se identificar com a estética *cuteness* (DALE, 2016, WITTKOWER, 2012).

Em outro momento, a mesma participante afirma que **“as meninas mais novas, elas fazem ensaios como se elas fossem até menores de idade, sabe? Por conta do público. E eu não acho que isso seja tão legal”**, o que reforça a desconformidade dela com esse tipo de pornô. Igualmente, a seguinte formação discursiva da participante destaca: **“eu nunca fiz um ensaio com essa estética que eu quisesse parecer mais nova. Ou que eu quisesse parecer menos agressiva. Já cheguei a participar dentro de *shootfest* e as meninas estarem falando ‘ah, faz maria chiquinha’, ‘usa roupa da Sailor Moon⁵⁰’, porque os caras gostam de menina com cara de mais nova”**. Esse discurso indica a presença de uma ideologia feminista preponderante de combate à violência contra as mulheres e meninas, especialmente no que tange à pedofilia. Tanto o movimento antipornografia do período das *pornwars* do século passado, que se renova na segunda década dos anos 2000 com uma preocupação ainda mais acentuada na ligação entre pornografia e violência contra as mulheres, quanto aquele contrário à censura à pornografia atuam no combate a todas as formas de violência (WILLIAMS, 1989) e estão presentes na formação discursiva acima descrita.

A afirmação da participante de que sofreu pressão para que fizesse uma performance infantilizada (há diversos ensaios presentes no site com essa temática) revela

⁴⁸ <https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:SuicideGirls>

⁴⁹ Romance de Vladimir Nabokov que conta o romance de um professor universitário pela enteada de 12 anos.

⁵⁰ Personagem principal de uma série de mangá e anime, de 14 anos, que tem poderes mágicos e, junto de suas amigas, defende a Terra e a Lua contra seres malignos de outros planetas. As personagens são sexualizadas e a série contém conteúdo lésbico.

uma ideologia machista marcante, ao contrário do que manifesta a sócia da empresa, Missy Suicide, em entrevista a esta pesquisa (conforme apresentado na Introdução deste trabalho). Missy Suicide diz que a ideologia da empresa *SuicideGirls* é feminista, mas suas práticas capitalísticas apontam para a utilização da imagem infantilizada de modelos, o que pode proporcionar ao site mais assinaturas de pessoas com esse tipo de interesse sexual. Cabe ressaltar que, no Brasil, por exemplo, o Código Penal considera crime a relação sexual ou ato libidinoso (todo ato de satisfação do desejo, ou apetite sexual da pessoa) praticado por um adulto com uma criança ou adolescente menor de 14 anos; por sua vez, o Estatuto da Criança e do Adolescente considera crime o ato de adquirir, possuir ou armazenar, por qualquer meio, fotografia, vídeo ou outra forma de registro que contenha cena de sexo explícito ou pornográfica envolvendo criança ou adolescente. Na mesma via, a venda, troca ou distribuição desse tipo de material também configura crime. No entanto, para ser uma *SuicideGirls*, é obrigatório ter mais de 18 anos, o que faz com que a produção, armazenamento, disponibilização e consumo das performances infantilizadas das modelos não se enquadre nesse tipo penal. Por não ser objetivo desta pesquisa, este trabalho não questiona se o consumo de imagens pornificadas de adultos infantilizados pode ou não influenciar no cometimento dos crimes anteriormente citados.

A ideologia feminista antipornografia também aparece nos discursos das modelos em outros momentos, como para distinguir seus ensaios de nudez de algo pornô. A participante 1, por exemplo, fala que **“quando a gente pensa em nudez, em foto ou vídeo, a gente liga meio que à pornografia. Eu pelo menos tive muito essa visão. E, na verdade, não é assim. (...) (a nudez) Não era algo crucificado no meu ponto de vista”**. Está assentado no discurso dela que os ensaios publicados no *SuicideGirls* não são pornografia, mesmo que o site esteja conectado à pornografia em buscas no Google (a Wikipedia o enquadra como do gênero de pornografia alternativa, e há categorias específicas de pornô de garotas no estilo *SuicideGirls* nos sites XVideos, Pornhub, Youporn, Nudelas, etc.). Na seção de vídeos (gravados, já que não há exibições ao vivo no site), há garotas fazendo *strip-tease* para a câmera, tirando roupas para mostrar os seios ou nádegas e performando danças pornificadas.

Em relação ao ato de assistir vídeos de pornô *hard*, especificamente, a seguinte formação discursiva da participante 4 remonta à essa mesma ideologia: **“na verdade, eu não curto muito. Em questão de posicionamento feminista, eu não acho que é uma coisa legal de se ver”**. Para além do fato de a modelo não mencionar a produção de filmes pornôs feministas – talvez por não coadunar com o discurso de que a pornografia

autoproclamada feminista elimine os problemas apontados pelo movimento antipornografia, ou por simples desconhecimento –, há posições conflitantes em seu discurso. Se, por um lado, ela não acredita que a pornografia de todas as formas seja algo benéfico, em virtude de seu claro posicionamento feminista antipornô, por outro ela publica ensaios de nudez em um site pornô (autodeclarado *soft* e alternativo). A ideologia de poder capitalístico contribui para esse tensionamento, produzindo modelos de pornô *soft core* que são contra a pornografia (*hard core*, como se deduz nos discursos das participantes da pesquisa, em um modo geral). De maneira relativamente distinta, as demais participantes afirmaram assistir a vídeos pornô *hard*, por exemplo, mas negaram também que seus trabalhos para o site *SuicideGirls* sejam uma produção pornô (de qualquer categoria). Fica subentendido, no entanto, o caráter pornocultural que envolve todos os discursos.

Essa contradição permanece quando os discursos remetem aos pedidos para que mostrem partes íntimas ao vivo. A seguinte coleção de formações discursivas das quatro participantes exemplifica:

- **Sempre vai ter algum *hater*, alguém falando algo inapropriado.**
- **Na hora a gente até dá uma xingada.**
- **Eu simplesmente ignoro. Ou respondo e falo “meu, seja mais criativo. Guarda isso para você”.**
- **Eu não vejo problema em mostrar, mas genital, bunda, essas coisas eu geralmente não mostro e as meninas também não mostram porque o site é bem criterioso, sabe?**
- **Homem pedindo *nude* para mulher é muita falta de vergonha na cara, sabe? É ridículo. Quer ver *nude*, meu filho? Bota no Google, não fica enchendo o saco, sabe? É chato, sabe? É chato para caramba. Meu, homem não tem respeito. Não tem, sabe? Não tem o que fazer.**

A negativa veemente aos pedidos de nudez ao vivo, tanto nos discursos das transmissões quanto nas entrevistas à esta pesquisa, é fruto de uma série de pressões estruturais sobre a zona de subjetivação das modelos (DELEUZE, 2005, GUATTARI; ROLNIK, 1996, PATTERSON, 2004). Podem-se vislumbrar em ação ideologias de poder capitalístico – quando as modelos negam mostrar vaginas, seios e nádegas, elas atendem ao imperativo econômico da empresa – (FOUCAULT, 1998) e feministas – especialmente em virtude de a sócia da empresa, Missy Suicide, afirmar que a filosofia do *SuicideGirls* é feminista. Ainda, existe a força estratificada relativa à autonomia econômica, ou seja, é preciso seguir as regras do *Facebook* para permanecer nele. As

quatro participantes desta pesquisa afirmaram não serem usuárias assíduas do *Facebook*, mas, sim, do *Instagram*; apesar disso, entendem que, devido ao fato de o *SuicideGirls* ter 6 milhões de seguidores no *Facebook*, manter vídeos seus no perfil da empresa significa permanecer em uma vitrine que pode lhes garantir mais público. Essa contabilização de seguidores, dentro da lógica moderno-tardia do consumo de corpos pornificados (HALL, 2004, ATTIMONELLI; SUSCA, 2017), não pode ser ignorada, já que, como se depreende dos seus discursos, elas vivem de ser influenciadoras digitais – em maior ou menor escala. Essa é uma lógica capitalística que move as máquinas desejantes (GUATTARI; ROLNIK, 1996).

Sobre o que as participantes apontam relativamente ao “ser feminista”, é possível destacar, em um contexto generalizado, que a ideologia feminista radical (SANTOS, 2016, BUTLER, 2003) é rechaçada. Exemplo disso está na seguinte formação discursiva: **“eu só não gosto de nada que é extremo, independente se é feminista, religião. Eu acho que tudo que é extremo faz mal”**. No entanto, encontram-se, também de forma generalizada, formações discursivas que apontam para o acompanhamento das ideologias feministas de terceira e quarta ondas (SANTOS, 2016, MATOS, 2017, PHILLIPS; CREE, 2014, FOTOPOULOU, 2014), no sentido específico de preconizar a autonomia sobre o próprio corpo e não sofrer violência, física ou psicológica, por conta das tomadas de decisão:

- **Eu sou dona do meu corpo e eu posso fazer com ele o que eu quiser. Independente se é para o *Suicide*, se é para a *Playboy*, se não tem nada a ver com nu ou sensual. Eu sou dona de mim, então nada nem ninguém pode me dizer o que eu posso ou não fazer,**
- **O corpo é meu e se eu quiser ficar na minha janela pelada eu vou ficar. tem que pôr limite porque mulher nenhuma tem que ficar aguentando isso.**
- **Homem nenhum deve dizer o que nós podemos fazer e ponto.**
- **É possível (ser feminista e *SuicideGirl*) no momento que a mulher entende que não tem nada de errado dela escolher posar nua ou com pouca roupa. Isso é um pensamento feminista, acho que tem tudo a ver com a proposta do site.**

Cabe destaque à seguinte formação discursiva da participante 4 **“sendo mulher, é impossível não ser [feminista]. A partir do momento que você começa a ter visão de como as coisas funcionam, você tem que se posicionar porque não é nem um pouquinho vantajoso ser cega e fingir que nada acontece”**. Constata-se, pois, a

presença da ideologia feminista de primeira onda (BEAUVOIR, 2009, SANTOS, 2016), que defende, principalmente, direitos civis iguais entre gêneros.

No entanto, infere-se dos discursos que as participantes sofrem pressões estruturais sobre suas subjetivações provenientes da estratificação do preconceito com a nudez. As seguintes formações discursivas demonstram o quanto sofrem em virtude de suas performances pornificadas:

- **Se eu postar alguma coisa com tarja já vai vir alguém falando se eu faço programa, “tu é puta, tu é isso, tu é aquilo”. Pô, só porque eu tô nua eu também não sou puta.**
- **Eu parei pra pensar assim que “não, eu quero ser ouvida”; então, acabei colocando uma roupa maior. O meu preparo foi ficar discreta porque naquele dia específico (da transmissão ao vivo, quando foi publicado seu *photoset*) eu queria ser ouvida. Eu queria que as pessoas ouvissem o que eu tinha pra falar.**
- **Eu não queria chamar atenção pro corpo ou pro rosto. Eu queria que me ouvissem de verdade.**

Em relação à primeira formação discursiva, é importante ressaltar que esta é a mesma participante que obteve o maior número de pedidos para que mostrasse partes íntimas ao vivo, que respondeu de forma mais agressiva às solicitações que considerou mais ultrajantes, que se considera feia – e relatou ter sofrido *bullying* quando adolescente. Não somente na entrevista semiestruturada, como também no vídeo analisado, ela faz questão de frisar que não é prostituta (no vídeo, ela afirma que as *SuicideGirls* não são acompanhantes). Essa postura aponta a presença da ideologia feminista radical – que é contrária à prostituição por entender que a atividade promove a violência contra as mulheres, bem como indica aspectos do feminismo antipornografia (SARRACINO; SCOTT, 2008, GARLICK, 2011, DESPENTES, 2016).

É preciso destacar uma postura ideológica de sexismo ambivalente (FISKE; GLICK, 1996) em relação à uma das participantes no que tange à seguinte formação discursiva: **“qualquer homem que me tratar menos que uma princesa, ele não merece tá comigo”**. Durante esse momento da entrevista semiestruturada, no qual ela explica o porquê de não se considerar feminista, faz-se presente, especialmente, a ideologia do sexismo benevolente – ela gosta que os homens que lhe convidem para sair paguem a conta, o que, por detrás da cortesia, demonstra um apreço pelo benefício que recebe por aceitar ser tratada como incapaz de exercer seu poder econômico.

Ainda, cabe salientar os discursos semelhantes nos vídeos analisados. Nenhuma esboça qualquer reação no sentido de infringir as regras que proíbem nudez no *Facebook*.

Todas ignoram a maioria dos pedidos para que mostrem genitais. Elas silenciam a respeito de seus ensaios as mostrarem nuas no site *SuicideGirls*. A prática do silêncio em relação ao fato de que as tornou *SuicideGirls* (as fotos de *soft porn*) resume, por fim, o movimento de ideologias em suas subjetivações: enquanto a ideologia capitalística – permeada pela pornocultura – as impele a utilizar seus corpos pornificados para obter respaldo em outros mercados, as ideologias feministas radical e antipornografia, além da moral judaico-cristã (AGAMBEN, 2005, FOUCAULT, 1999, DELEUZE, 2005) incentivam-nas a omitir sua própria nudez, destinada apenas a pagantes. Até mesmo as amostras grátis, acessíveis aos visitantes que não são assinantes do site, são omitidas.

5.3 Feminismo como objeto de consumo capitalístico

Esta pesquisa teve como alvo entender como as ideologias de poder capitalístico e feministas atuam sobre as subjetivações das participantes e verificar de que forma essas subjetivações são performadas. Dito de outro modo, procurou compreender o que forma seu pensar e de que maneira essas forças se manifestam em suas ações discursivas. Mas essas pressões expostas pela pesquisa não são produzidas exclusivamente sobre as modelos *SuicideGirls*. As garotas emergem, com tintas mais fortes, de um universo de mulheres cujas subjetivações são afetadas cotidianamente. Por se tratarem de pessoas cujo modo de vida é moldado pela pornocultura – seus corpos pornificados são sua subsistência –, foi possível detectar com mais vivacidade quais estruturas pressionam suas zonas de subjetividade.

No entanto, é importante destacar que, na modernidade tardia, marcada pelo *ethos* denominado de ética da estética (MAFFESOLI, 1996), o corpo é o meio de produção capitalista e, por isso, arena de disputa entre o capitalismo e os feminismos, além de ser objeto para apropriação das duas ideologias. O palco desse cabo-de-guerra é a internet, onde o público busca experiências sexuais, ofertadas por sites como o *SuicideGirls*, mas não só ele. Nada é inofensivo na pornocultura (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017): o simples fato de escolher uma roupa ao sair de casa para trabalhar é um ato pressionado pelo poder capitalístico, que dita, de acordo com diversos padrões, a performance a ser adotada especialmente pelas mulheres, alvos prioritários do mercado da moda, da cosmética, da beleza, do *fitness*. É fácil perceber como o cotidiano da modernidade tardia está permeado dessas pressões quando, ao trocar de canais na televisão, nos deparamos com diversos programas semelhantes ao *5 Looks*, do canal de televisão fechada *Discovery*

*Home and Health*⁵¹, em que mulheres são vestidas para os cinco dias da semana de acordo com suas profissões conforme as avaliações de uma dupla de estilistas. Minissaias, decotes mais reveladores e roupas justas usadas pelas profissionais que participam dos episódios são trocadas por trajes recatados, sob a alegação dos apresentadores de que, assim, as mulheres serão mais respeitadas em suas atividades laborais. Ou, como disse uma das participantes desta pesquisa sobre como se preparou para uma *live* no *Facebook* do *SuicideGirls*: **“o meu preparo foi ficar discreta porque, naquele dia específico, eu queria ser ouvida. Eu queria que as pessoas ouvissem o que eu tinha pra falar”**.

O capitalismo, como pode-se perceber, ele não confere às participantes a autonomia em relação ao próprio corpo prevista pela teoria feminista. Elas, assim como a maioria das mulheres no mundo, precisam se adequar a regras sobre quais partes de seus corpos podem mostrar, quem tem o direito de vê-las e em quais locais e circunstâncias isso é permitido. Essas regras são impostas pelo mercado, que lhes proporciona uma falsa sensação de liberdade, de pertencimento a um grupo *underground* para que possam render lucratividade para a indústria pornográfica que, ao transformar o que é contracultural em *mainstream*, atinge novos públicos pagantes.

Outra constatação é a mercantilização do feminismo. Missy Suicide disse a esta pesquisa que a ideologia do site *SuicideGirls* tem uma política feminista. No entanto, essa imagem aparentada pela empresa é uma estratégia de venda de um conceito. Ao dizer que as mulheres que fazem parte do *casting* de modelos são “donas de si”, surge uma “mercadoria feminista”, cujo preço é de U\$ 12 ao mês ou U\$ 48 por ano. Por essa quantia, o assinante pode ver uma garota que se diz feminista nua. A imagem de corpos pornificados ditos feministas é, assim, vendida e integrada na lógica do poder capitalístico.

Além disso, conforme pode-se perceber a partir da análise de discurso das participantes, o site se apodera da imagem pornificada das modelos ao custo de U\$ 500, sob a publicidade de que o site é uma comunidade que proporciona o convívio entre garotas que cometeram um “suicídio social” ao promoverem modificações corporais que hoje são identificadas em grande parte das jovens de todo o mundo ocidental. Além da exploração da imagem para o catálogo de fotos do site e produção de objetos como canecas e calendários, o negócio primordial do *SuicideGirls* é oferecer fotos de garotas nuas para um público preponderantemente masculino pagante. As transmissões pelo

⁵¹ Uma compilação de trechos da temporada 1/2018 está disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=naM6N1a-1Xs&t=1s>

Facebook são uma isca para novos assinantes. Como retorno às modelos, além do (pouco) dinheiro, a empresa oferece como prêmio a permanência de seu status de *SuicideGirl* oficial para que possam utilizá-lo como atrativo para trabalhos em outras plataformas. Não há caráter de resistência ao capitalismo, mas sim de adaptação à tática de exploração e objetificação do corpo feminino.

Mas a transformação do feminismo como produto capitalístico não é exclusividade do *SuicideGirls*. O famoso cartaz com a imagem de Rosie, a Rebitadeira – ícone cultural dos EUA que representa as mulheres que substituíram, na indústria pesada, os homens que foram para a Segunda Guerra Mundial –, seguido da frase *We can do it!* (Nós podemos fazer isso!), estampa caixas de doces, almofadas, camisetas e itens de cozinha, por exemplo. Da mesma forma, as imagens de Frida Kahlo e Simone de Beauvoir, por exemplo, são apropriadas pelo capitalismo para a produção de souvenirs, que podem ser adquiridos tanto em lojas de camelôs quanto em boutiques. Quanto mais conhecidos se tornam as protagonistas de uma corrente de pensamento, mais pessoas passarão a admirá-las. Esses admiradores passam a ser, para a lógica capitalista, consumidores. Se o feminismo foi eleito a palavra do ano de 2017 pelo dicionário americano Merriam-Webster porque a procura pelo termo no site da companhia cresceu 70% em um ano, isso representa mais pessoas interessadas em itens consumíveis. Se a lógica do capitalismo é manter as estruturas lucrativas em funcionamento, os ícones que representam a ideologia feminista tornam-se bens de consumo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação teve como esforço teórico entrecruzar conceitos relativos à subjetivação a partir de ideologias de poder capitalístico e feministas e os que estão ligados ao domínio da performance; entre o pensar e o fazer. Tomando como exemplo de aplicação dessa construção filosófica, foram utilizados os ideais da indústria pornográfica e a pornocultura adjacente à modernidade tardia. A partir da análise de discurso de pessoas que estão imersas em um contexto do mercado pornográfico, foi, então, possível aplicar os conceitos atinentes a esses universos, para fazer emergirem problemas de ordem subjetiva que dizem respeito não apenas às participantes da pesquisa.

Nesse sentido, este trabalho teve como pergunta de pesquisa verificar se elementos de ideologias feministas e de poder estiveram presentes nas transmissões de vídeo *soft porn* realizadas pelas modelos *SuicideGirls* no *Facebook* e, se sim, compreender quais concepções relativas à autonomia feminina se manifestaram em seus discursos. A partir da análise de discurso realizada, embasada teoricamente à luz de Foucault, Deleuze, Guattari e Rolnik, Williams, Paasonen, Sibilia, Attimonelli e Susca, entre uma série de outros autores, foi possível perceber a presença marcante da ideologia de poder capitalístico na formação das subjetivações das quatro participantes, bem como da influência – que também provoca pressões nas dobras de subjetivação – das ideologias feministas. Pode-se compreender que as concepções de autonomia feminina são calcadas justamente nesta que é considerada uma profissão emergente da modernidade tardia: a de influenciador digital. Mas, também, elas demonstram em seu discurso um conflitante desejo de não terem seus corpos considerados mercadoria pornificada, especialmente pela pressão exercida pelas *pornwars*, fundadas não apenas pelo feminismo, como também por impulsos religiosos.

Como objetivo geral, esta pesquisa procurou compreender, então, as manifestações, nos discursos das entrevistas e vídeos analisados, das ideologias feministas e de poder capitalístico nas performances das modelos – considerando, sempre, que as transmissões ao vivo pelo *Facebook* da página *SuicideGirls* estão inseridas em um contexto pornocultural e de uma estratégia mercadológica. Os discursos das entrevistadas apontam para a chancela econômica que lhes confere o status de *SuicideGirl*, para que elas possam, assim, adquirir o capital social necessário para serem influenciadoras digitais. A empresa *SuicideGirls* lhes empodera para que atinjam milhares de seguidores

e, com isso, obtenham a relevância digital necessária para que marcas as contratem para publicidade.

Suas atividades principais enquanto *SuicideGirls* e influenciadoras digitais – mostrar seu corpo pornificado, belo (de acordo com os padrões ocidentais contemporâneos) e modificado – aponta para o *ethos* de ética da estética. No entanto, para que elas consigam, de fato, se inserirem nesse mercado, precisam conjugar, também, tanto a estética *cuteness* quanto elementos do universo *geek*. O objetivo capitalístico é claro: subsistir a partir de uma subjetivação feminina, em uma economia do desejo derivada de um mundo patriarcal dominado pela efemeridade da cultura digital. Nessa esfera, a *netporn soft core* exhibe o cotidiano, mesmo que simulado, até que espectador e performer se confundam, organizem e interpretem o espetáculo.

Mas elas negam a pornificação de si, mesmo que performem uma subjetivação feminina e todas as ideologias que a compõem na modernidade tardia. Essa subjetivação atinge não apenas mulheres que estejam de alguma maneira conectadas ao mercado pornô, mas todas as que buscam atingir os padrões de beleza dominantes, que estão ligados à estética pornô.

Nesse sentido, por exemplo, mesmo que os implantes de silicone – algo característico do processo de subjetivação das atrizes pornô – atinjam números na casa dos milhares todo ano, as mulheres que os inserem não o fazem porque queiram se parecer a essas atrizes, mas porque sentem uma necessidade de “se tornarem mais bonitas”. Assim, o padrão de beleza e o padrão de estética pornô se fundem, o que é característico da pornocultura. A negação da pornificação de si é fruto da estratificação das forças capitalísticas, mas também das pressões conservadoras na subjetivação feminina. Da mesma forma ocorre em relação à nudez. Por mais que não haja expressa uma moral religiosa sobre os pensamentos e práticas femininos, a sociedade traz, em seu bojo, esse veto à nudez, primordialmente, como controle da sexualidade, em uma base de raiz teológica. E, quanto há o consumo de produtos com nudez, existe subjacente uma classificação entre pessoas de gosto refinado e elegantes e aquelas de “mau gosto”, que veem pornô *hard core*, deselegantes.

A ideologia feminista antipornografia aparece nos discursos em diversos momentos, tanto para reforçar a natureza da pornografia como algo ruim quanto para distinguir seus ensaios de nudez existentes no site *SuicideGirls* em relação a conteúdos de sites pornô *hard core*. Nesse sentido, o poder capitalístico acaba por produzir modelos

de *soft porn* que são contra a pornografia *hard core*, como pode ser captado nos discursos das participantes desta pesquisa.

Apesar de se configurar como “oásis” para a autonomia feminina, o capitalismo acaba não aportando às mulheres o poder sobre o próprio corpo. É preciso, ainda assim, cumprir as regras sobre o que (a quem e onde) mostrar, o que vestir, o que esconder. Se o site *SuicideGirls* é fruto da mercantilização do feminismo detectado por esta pesquisa, assim o são suas modelos. Se a lógica do capitalismo é manter as estruturas lucrativas em funcionamento, os ícones que representam a ideologia feminista tornam-se bens de consumo. Assim, como já dito, o objetivo último e primeiro do capitalismo é a pornocultura, produtora e produto do próprio capitalismo, em uma infinita espiral recursiva.

Em todos os vídeos analisados, o performar se deu desta forma: as modelos, buscando uma maior intimidade junto à audiência; fizeram suas transmissões ao vivo de dentro de ambientes caseiros; procuraram olhar diretamente para a câmera mesmo quando a quantidade de modelos na mesma transmissão impossibilitava a certeza de que realmente estavam dentro do enquadramento do vídeo; conversaram com as pessoas respondendo perguntas, citando seus nomes e falando diretamente com elas; adotaram uma estratégia de “perguntas e respostas” (o que, por si só, demonstra a pretensão de transformar a atividade em uma aproximação junto aos usuários do *Facebook*). Nas performances em vídeo, as participantes desta pesquisa se apresentaram sentadas no chão ou na cama – com exceção do vídeo em grupo, em que todas estavam de pé – e mostraram pés descalços ou com meias: mais uma prova da busca por intimidade e criação de vínculo com fãs.

Como limites, este estudo encontrou dificuldade no aceite de um número maior de modelos para participarem das entrevistas semiestruturadas, o que acarretou na amostragem por conveniência. Outro entrave para ampliação das análises foi a impossibilidade de que as entrevistas fossem feitas presencialmente, o que poderia aportar em novas considerações, pois as participantes residem fora de Porto Alegre, cidade base desta pesquisa. Um terceiro limitador, gerado pela necessidade de realização das entrevistas por chamadas de áudio ou *Skype*, foi a redução do número de perguntas a serem realizadas.

A discussão, no entanto, enseja estudos futuros para analisar outros vieses além dos elencados como objetivos a serem atingidos. Um exemplo é o tempo de permanência das modelos como *SuicideGirls*, além da presença de outras forças ideológicas em seus

discursos e a análise dos comentários nos vídeos ao vivo transmitidos pelas participantes no *Facebook*. Também merece atenção futura um exercício de análise de discurso da entrevista concedida por Missy Suicide, bem como a influência do *SuicideGirls* na economia pornocultural, especialmente no que tange à atividade de *digital influencer* e a utilização indevida da marca por modelos que buscam esse mercado.

REFERÊNCIAS

- ABERCROMBIE, Nicholas.; HILL, Stephen.; TURNER, Bryan. **The Penguin Dictionary of Sociology**. Londres: Penguin Books, 2006.
- AGAMBEN, Giorgio. **Nudez**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.
- ATTIMONELLI, Claudia; SUSCA, Vincenzo. **Pornocultura: viagem ao fundo da carne**. Porto Alegre: Sulina, 2017.
- ATTWOOD, Feona. No money shot? commerce, pornography and new sex taste cultures. In: **Sexualities**, v. 10, n.4, p. 441-456. Londres: Sage, 2007.
- _____. Sexed up: theorizing the sexualization of culture. In: **Sexualities** v. 8, n. 5, 77-94. Londres: Sage, 2006.
- BALTAR, Mariana.; BARRETO, Nayara. **As pornificações de si em diário da putaria**. Palhoça: Crítica Cultural – Critic, v. 9, nº 2. 2014.
- BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. Rio de Janeiro: Editora Ávora, 2009.
- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CHRISLER, Joan; SALTZBERG, Elaine. Beauty Is the Beast: Psychological Effects of the Pursuit of the Perfect Female Body. In: FREEMAN, J. **Women: A Feminist Perspective**. Mountain View: Mayfield Publishing Company, 1995.
- DABHOIWALA, Faramerz. **The origins of sex – a history of the first sexual revolution**. New York: Oxford University Press, 2012.
- DALE, Joshua. Cute studies: an emerging field. In: **East Asian Journal of Popular Culture**, v 2, n. 1. Bristol: Intellect Ltd Editorial, 2016.
- DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Online: eBooksBrasil.com, 2003.
- DELEUZE, Gilles. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 2005.
- _____. Post-scriptum sobre as sociedades de controle. In: **Conversações: 1972-1990**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- DERRIDA, Jacques. **Limited inc**. Campinas, SP: Papyrus, 1991.
- DESPENTES, Virginie. **Teoria King Kong. São Paulo: n-1 edições, 2016**.

FISKE, Susan; GLICK, Peter. The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating Hostile and Benevolent Sexism. In: **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 70, n. 3, p. 491-512. Washington DC: American Psychological Association Inc., 1996.

FOTOPOULOU, Aristeia. Digital and networked by default? Women's organisations and the social imaginary of networked feminism. In: **New Media & Society**. Londres: Sage, 2014.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2016.

_____. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1999.

_____. **História da sexualidade III: o cuidado de si**. São Paulo, Edições Graal, 2005.

_____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

GARLICK, Steve. **A new sexual revolution? Critical theory, pornography, and the internet**. Mississauga: Canadian Review of Sociology, v. 48, nº 3, 2011.

GUATTARI, Felix.; ROLNIK, Suely. **Micropolítica: cartografias do desejo**. Petrópolis: Vozes, 1996.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. In: **Revista Comunicare**. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2017.

KENDRICK, Walter. **The Secret Museum. Pornography in modern culture**. Berkeley: University of California Press, 1996.

LEITES, Edmund. The duty to desire: love, friendship, and sexuality in some puritan theories of marriage. In: **Comparative Civilizations Review**. v. 3. nº. 3, article 4. Michigan: Western Michigan University, 1979.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.

MATOS, Carolina. New brazilian feminisms and online networks: cyberfeminism, protest and the female 'Arab Spring'. In: **International Sociology**. Londres: Sage, 2017.

MCKEE, Alan; MCNAIR, Brian; WATSON, Anne-Frances. Sex and the virtual suburbs: the pornosphere and community standards. In: MAGINN, P. J.; STEINMETZ, C. (org) **(Sub)Urban Sexscapes: Geographies and Regulation of the Sex Industry**, p. 159-174. Oxon: Routledge, 2015.

MILNER, Murray. **Freaks, Geeks, and cool kids: American teenagers, schools, and the culture of consumption.** Nova Iorque: Routledge, 2004.

OLIVEIRA, Tânia Modesto Veludo de. **Amostragem não probabilística: adequação de situações para uso e limitações de amostras por conveniência, julgamento e quotas.** São Paulo: FECAP, 2001.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos.** Campinas: Pontes Editores, 2015.

PAASONEN, Susanna. **Carnal resonance: affect and online pornography.** Cambridge, London: MIT Press, 2011.

_____. Pornification and the mainstreaming of sex. In: RAFTER, N. (org), **Oxford Encyclopedia of Criminology and Criminal Justice.** Oxford: Oxford University Press, 2016.

_____. Things to do with alternative: fragmentation and distinction in online porn. In: MAINA, G; BIASIN, E; ZECCA, F. (org). **Porn After Porn: Contemporary Alternative Pornographies.** Milão: Mimesis Books, 2014.

PATTERSON, Zabet. Going on-line: consuming pornography in the digital era. In: WILLIAMS, Linda (org). **Porn Studies.** Londres: Duke University Press, 2004.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso: estrutura ou acontecimento.** Campinas: Pontes Editores, 2015.

PHILLIPS, Ruth; CREE, Vivienne. What does the 'fourth wave' mean for teaching feminism in twenty-first century social work? In: **Social Work Education: The International Journal.** Londres: Taylor & Francis, 2014.

PRIMO, Alex. De narcisismo, celebridades, celetoides e subcelebridades: o caso Tessália e sua personagem Twittess. In: **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 7, p. 159-189. São Paulo: ESPM, 2010.

SANTOS, Magda Guadalupe dos. O feminismo na história: suas ondas e desafios epistemológicos. In: BORGES, M. L.; TIBURI, M. (org). **Filosofia: Machismos e Feminismos.** Florianópolis: Editora UFSC, 2016.

SARRACINO, Carmine; SCOTT, Kevin. **The porning of America: The rise of porn culture, what it means, and where we go from here.** Boston: Beacon, 2008.

SCHECHNER, Richar. O que é performance? In: **Revista de Teatro, Crítica e Estética.** Ano II, nº 12. Rio de Janeiro: Unirio, 2003.

SENFT, Theresa. **Camgirls: celebrity and community in the age of social networks.** Nova Iorque: Peter Lang Publishing, 2008.

SHAH, Nishant. PlayBlog: Pornography, performance and cyberspace. In: JACOBS, K.; JANSSEN, M.; PASQUINELLI, M. (org) **C'lick me: a Netporn Studies Reader**. Amsterdã: Institute of Network Cultures, 2005.

SIBILIA, Paula. La “pornificación” de la mirada: Una genealogía del pecho desnudo. In: **Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas**. v. 10, n 1. Bogotá: Facultad de Artes – Pontificia Universidad Javeriana, 2015.

_____. Los cuerpos visibles en la contemporaneidad: de la purificación mediática a la explicitud artística. In: **Kaypunku – Revista de estudios interdisciplinarios de arte y cultura**. v. 4, n.1, p. 175-197. Lima: Escuela Académico Profesional de Arte de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2018.

WILLIAMS, Linda. **Hard core: power, pleasure, and the "frenzy" of the visible**. Berkeley: University of California Press, 1989.

_____. Pornography, porno, porn: thoughts on a weedy field. In: **Film & Media Studies**. Berkeley: University of California Press, 2014.

WITTKOWER, Dylan. On the origins of the cute as a dominant aesthetic category in digital culture. In: LUKE, T.; HUNSINGER, J. (org.) **Putting knowledge to work and letting information play**, p. 212-221. Boston: Springer, 2012.

ANEXO 1 – ÍNTEGRA DAS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS

Entrevista da participante 1

Pesquisadora: Minha primeira pergunta para ti é se tu se achas bonita?

Participante 1: Sim, me acho bonita

Pesquisadora: Por quê?

Participante 1: Porque eu me olho no espelho e eu sou feliz, pela imagem que aparece no espelho. Porque, em questão a padrões impostos pela sociedade, eu já me senti muito feia. Hoje, atualmente, eu vejo beleza em mim.

Pesquisadora: Que tipo de coisas faziam tu te sentir feia?

Participante 1: Ah, aquilo que é imposto, sabe? O manequim, o número que você usa a sua calça, sabe? As gordurinhas que, às vezes, você usa uma determinada roupa e fica aparecendo. E que tudo é muito crucificado, sabe? Você não pode ter, você não pode ser assim. Então esse tipo de coisa com o corpo me deixava muito infeliz. Hoje em dia eu já não tenho mais esse pensamento. Eu vejo beleza nisso, sabe?

Pesquisadora: E o que que te fez mudar de ideia?

Participante 1: O Suicide Girls fez eu mudar de ideia. Não o site em si, mas o trabalho com fotografia, o sensual, o nu, ele me fez mudar a minha percepção de vista em relação ao meu corpo. A primeira vez que eu fiz fotos de nu, sensual nu, foi para o Suicide, e a primeira vez que eu vi as fotos eu fiquei muito emocionada porque, quando eu vi as fotos, eu me vi de outra maneira, de uma maneira que, normalmente, no dia a dia, eu não me via. Então, a fotografia me ajudou muito nesse sentido.

Pesquisadora: Essa era uma pergunta que eu ia te fazer. O que te motivou a enviar fotos para o site da Suicide Girls?

Participante 1: O Suicide Girls era tipo um sonho que eu tinha desde a minha adolescência, antes mesmo de eu ter 18 anos, né, porque o site é para maiores de 18 anos. E eu sempre fui muito resolvida em relação ao nu. Eu sempre vi beleza. Não era algo crucificado no meu ponto de vista. E eu conheci o Suicide Girls na minha adolescência, através de amigos que acompanhavam, e eu sempre gostei muito, então, eu queria ser

como aquelas mulheres que eu via fotos, né. Porque na época que eu comecei a conhecer eram só algumas fotos avulsas que a gente pegava no Google, na internet. Não tinha acesso ao site como eu tenho hoje. Fazendo parte como membro. E eu via aquelas mulheres, aquelas modificadas, com tatuagens e eu achava bonito. E eu via que eu podia ser daquela maneira. Então foi mais nesse objetivo assim. Eu queria ser como elas, porque eu achava que elas tinham muita atitude. E não era algo padronizado. Para você ser uma modelo tem que ser manequim 38, não pode ter cabelo colorido... Então, eu me identificava muito com isso.

Pesquisadora: Como é que tu lida com o fato de pessoas pagarem para ver tuas fotos nua?

Participante 1: Eu lido normal. Não tenho nenhum tabu quanto a isso, acho totalmente normal.

Pesquisadora: E quais são os benefícios em ser uma Suicide Girl hoje para ti?

Participante 1: Bom, o Suicide Girls ele abre muitas portas nesse meio né, de fotografia, de modelo. E, por exemplo, o *Instagram* do Suicide tem mais de sete milhões de seguidores. Então, você acaba tendo portas abertas para divulgação. O Suicide Girls não te dá uma renda, mas ele te dá um bom destaque. Então, você como modelo ou como fotógrafo, você consegue ter uma divulgação boa nos seus trabalhos. Não dá para você viver de Suicide Girls. O Suicide Girls não te paga um salário, mas ele te abre portas para o mercado de trabalho.

Pesquisadora: E como é que é tua relação com a nudez? Eu sei que tu já falaste um pouquinho a respeito disso, mas eu queria que tu falasses um pouco mais.

Participante 1: Eu não tenho problema com nudez. Eu, particularmente, na minha vida, eu gosto de ficar nua. Na minha casa eu fico nua. A fotografia em si para mim é uma arte. Então a nudez na fotografia para mim não é um tabu. Eu acho que é uma expressão corporal, sabe? É algo natural, algo bonito. Não é algo vulgar. Quando a gente pensa em nudez, em foto ou vídeo, a gente liga meio que à pornografia. Eu pelo menos tive muito essa visão. E, na verdade, não é assim. O nu é uma arte e tudo vai depender de como você faz o ângulo, a pose, a mensagem que você quer passar. Então, eu nunca tive problema, ao contrário. A primeira vez que eu fiz um ensaio de nu foi algo muito natural, não foi algo (?). Então, para mim é muito tranquilo. Eu acho algo bonito. Eu acho algo natural.

Pesquisadora: E tu assiste pornografia? Ou vê fotos de pornografia? Como é que é a tua relação com isso?

Participante 1: Pornografia não é algo que eu fico vendo, mas eu acho tranquilo. Às vezes, eu estou com o meu marido e tenho vontade de assistir pornografia. Assistio. Mas não é algo assim, vivo por isso, quero, preciso disso, não. Para mim é algo normal. Mas não dá para comparar, pelo menos no meu ponto de vista, não comparo a pornografia, ou uma atriz pornô, por exemplo, com algo que eu faço, porque o que eu faço são fotos. Tem meninas que fazem camgirl. Que fazem fotos mais voltadas para o pornô, mas não é bem o que eu faço com a minha imagem.

Pesquisadora: Tu te sentes uma estrela da internet? Ou tu és uma estrela da internet? Uma influenciadora digital?

Participante 1: Não, de jeito nenhum. Não me vejo uma estrela da internet, não me vejo uma influenciadora. Inclusive eu até comecei a fazer um canal no *YouTube*, mas não dei continuidade. Eu simplesmente tenho sim alguns seguidores. Agora eu estou com 28 mil seguidores no *Instagram*. Eu não acho muito comparado as outras *Suicides*, mas são o meu público, são pessoas que gostam de me acompanhar. E eu me sinto feliz e confortável de saber que eu tenho pelo menos 28 mil pessoas que me acompanham, que me seguem, que gostam de ver e que me mandam mensagem me elogiando, me parabenizando, ou falando “nossa, o texto que você falou sobre corpo mexeu comigo, me fez me ver de outra maneira”. Mas eu não me vejo como estrela, de jeito nenhum.

Pesquisadora: Mas 28 mil pessoas é bastante gente, né?

Participante 1: É que eu lembro quando eu comecei. Quando eu comecei, eu tinha 5 mil seguidores. Nossa. Foi a maior felicidade, né? Porque, querendo ou não, são 5 mil pessoas que estão ali, te vendo, te acompanhando. E eu já ficava muito entusiasmada com aquele número. Hoje, eu tenho 28 mil, mas eu não sinto que “nossa, é uma legião de pessoas”, mas eu também não fico naquele fanatismo que “nossa, eu preciso ter seguidores”. Tem meninas que ficam assim, né. Que querem a todo custo. Eu já sou bem tranquila quanto a isso.

Pesquisadora: E em relação às lives pelo *Facebook* do *SuicideGirls*. Como é que tu lidas com os pedidos de nudes ao vivo? Mostra tal coisa, mostra isso, mostra aquilo. Mostra peito, mostra bunda, mostra vagina... Enfim, como é que tu lidas com isso?

Participante 1: Então, as transmissões, tanto por *Instagram* ou *Facebook* no *Suicide*, ele é muito restrito. Então, não pode ter nudez, não pode ter uso de drogas... Então, é inevitável quando você está fazendo uma transmissão, são muitas pessoas que veem aquilo. Ainda mais no *Suicide Girls* que tem uma comunidade muito grande. E o público fala em várias línguas, normalmente é inglês, também português, alguns. Mas sempre vai ter alguém que vai estar comentando alguma coisa “ai mostra isso, mostra aquilo”. Eu simplesmente ignoro. Ou respondo e falo “meu, seja mais criativo. Guarda isso para você”. Mas tem tantos outros comentários positivos ou pessoas querendo saber sobre você, sobre o que você vai fazer ou sobre quando vai sair o próximo set. Acho que qualquer trabalho que você faça sempre vai ter aquele público que te apoia, que quer saber sobre o que você vai fazer, de forma carinhosa. Como sempre vai ter aquelas pessoas que querem falar alguma porcária ou algo para chamar a atenção, pedir nudes. Eu simplesmente não mostro, ignoro. Até porque eu não tenho interesse. Eu sou muito reservada quanto a isso, apesar de fazer fotos para o *Suicide*. O máximo que eu mostro são tatuagens. Às vezes alguém fala “mostra suas tatuagens”, “qual a tatuagem que você mais gosta?”. E eu não vejo problema em mostrar, mas genital, bunda, essas coisas eu geralmente não mostro e as meninas também não mostram porque o site é bem criterioso, sabe?

Pesquisadora: Tu achas que teria mais visualizações se fizesse transmissões em outra página ou no teu próprio perfil pessoal, ou não?

Participante 1: Eu faço algumas transmissões no meu perfil pessoal. Eu não faço no *Facebook* porque eu não uso muito o *Facebook*. Mas eu faço pelo *Instagram*. Sempre que eu faço os membros pedem para eu fazer mais. Mas assim, as lives são sempre querendo saber o que você está fazendo, ou “ai, conta mais sobre você”. É mais esse tipo de pergunta, de situação, sabe? E, o *Suicide* ele usa mais ou o *Instagram*, a página deles, ou o *Facebook* ou o próprio *Suicide*, a comunidade. Dentro da comunidade, normalmente não tem lives, não tem uma plataforma para você fazer lives. É como uma comunidade, como o *Facebook*, só que é pago, né. Então, o membro para ele ter acesso, ele tem que pagar um valor mensal, anual para ele ter acesso ao perfil de todas as modelos, tem outros membros. Aí a modelo pode postar vídeo, se ela quiser, fotos. Mas esse serviço de live mesmo eu faço no *Instagram*.

Pesquisadora: E o que te motiva a fazer uma live?

Participante 1: Ter contato com o meu público. Mostrar para o pessoal o que eu tô fazendo, como eu tô fazendo. Até porque eles pedem para eu fazer live. Eu acho que quando você tem uma página, tanto do Suicide ou qualquer outra coisa, quando você, de certa forma, se torna uma figura pública, as pessoas que te seguem querem saber o que você está fazendo, o que você tem a dizer, ou mostrar o seu trabalho. Então, é importante você fazer live para você estar em contato com o seu público. Porque se você não faz, você fica muito fechado só em postar foto ou postar algum vídeo em redes sociais. As pessoas que te seguem elas querem interagir, elas querem se sentir importantes, especiais. Elas querem ter um retorno do seu ídolo. Então, eu acho importante fazer.

Pesquisadora: E durante essas lives, em especial na página da Suicide Girls, como é que tu lida com haters? Com essas pessoas que criticam as tuas tatuagens, que criticam piercings, mesmo criticam o fato de tu ser uma modelo (?)

Participante 1: É o que eu disse, em qualquer área que você vai fazer, que você se expõe, você pega alguma transmissão, sempre vai ter algum hater, alguém falando algo inapropriado. Eu sinceramente ignoro. É muito difícil responder alguém. Às vezes os próprios membros que estão participando da live respondem a pessoa. Ou mandam calar a boca. Falam depois no privado “bloqueia essa pessoa que estava falando merda”. Mas normalmente eu ignoro. Não perco o meu tempo com gente que fica ali mandando energias negativas. E tem tantas pessoas a mais perguntando coisas boas, falando coisas boas que é difícil você parar para ficar dando atenção para algum hater. Porque o público que gosta é maior do que os que falam mal.

Pesquisadora: O que tu achas que leva essas pessoas, tanto as que criticam, quanto as que apoiam, a assistir, participar, comentar as lives? Que tu sentes que motiva eles?

Participante 1: Ah, eu acho assim, independente se é comentário positivo ou negativo, eu acho que, de certa forma, é uma admiração. Porque, na minha opinião, se você não gosta de alguma coisa, você não perde tempo para olhar, para ver, para ouvir aquele assunto, aquela pessoa. Você simplesmente fecha, vai ver o que te interessa. A partir do momento que você para para assistir, para para dar atenção, mesmo que você fique comentando, mandando ódio... Porque, às vezes, uma crítica construtiva é uma coisa, agora disseminar ódio é outra coisa. Então, eu acho que é uma certa admiração que a pessoa tem. E, muitas vezes, a pessoa que destila ódio nos comentários, eu acho que é uma admiração incompreendida, talvez, sabe? Porque não conseguiu fazer aquilo ou tem inveja da pessoa

que tá conseguindo espaço com aquilo. E aí sente aquele recalque, de não poder estar ali fazendo aquilo. Por isso eu nem perco tempo respondendo.

Pesquisadora: Nessas transmissões, tu assumes alguma personagem, algum tipo de comportamento específico, usa alguma roupa diferente, alguma coisa que tenha pensado no dia anterior ou um pouco antes tipo “hoje vou fazer tal personagem e vamos ver o que o pessoal fala”. Tem isso ou não?

Participante 1: Comigo não. Sinceramente eu sou do jeito que eu sou normalmente. Até porque o público do Suicide ele quer ver quem você é e eu sou aquilo. Não tenho como assumir um personagem, ser outra pessoa ou cada hora ser outra pessoa diferente. Tem meninas que sim, assumem um personagem, se vestem de certas formas de “algo que não são” para passar uma imagem, de acordo com o público que elas querem atingir. Mas eu, particularmente, não tenho. Sou bem tranqüilona. E a única coisa que eu tento ser mais assim é simpática, tratar bem as pessoas, porque as pessoas estão ali para poder te assistir, então a gente tem que ser mais carismática. Mas assumir uma figura, algo que eu não sou, não.

Pesquisadora: Tá e falando em ser ou não ser: tu és feminista?

Participante 1: Olha, eu sou feminista, mas nada extremo. Eu acho super legal, acho válido lutar pelos direitos iguais, mas eu sou bem de boa quanto a isso. Eu não sou nada extrema e não gosto de nada extremista.

Pesquisadora: E por que tu és feminista então?

Participante 1: Porque eu sou mulher e eu acho que a gente tem que ter os mesmos direitos. É importante a gente lutar por um país, um mundo de igualdades, independente. Tem homens também que lutam pelos mesmos direitos, mas eu acho que é uma causa nossa. Acho que é algo da mulher que ela tem que ir atrás dos nossos direitos. Faz tantos anos, né? Desde os antepassados que a gente luta pelos nossos direitos e ainda falta muita coisa para gente conquistar, conseguir. Mas acho importante. Eu só não gosto de nada que é extremo, independente se é feminista, religião. Eu acho que tudo que é extremo faz mal.

Pesquisadora: E tu acha que tem como ser feminista e Suicide Girl ao mesmo tempo? Em que momento que isso é possível?

Participante 1: Sim. Eu acho que o ser feminista não difere o que você pode ou não fazer. Eu sou dona do meu corpo e eu posso fazer com ele o que eu quiser. Independente se é para o Suicide, se é para a Playboy, se não tem nada a ver com nu ou sensual. Eu sou dona de mim, então nada nem ninguém pode me dizer o que eu posso ou não fazer.

Entrevista da participante 2

Pesquisadora: Primeira pergunta que eu quero te fazer: tu te acha bonita?

Participante 2: Não [risos].

Pesquisadora: Não te acha bonita?

Participante 2: Cara, eu não acho. A minha autoestima ela é tipo (entra o cachorrinho na sala)...

Pesquisadora: Tá, mas aí tu estava dizendo que tu não te acha bonita...

Participante 2: Não acho, não acho. Tem dias que eu acho que tá bacana, mas na maioria das vezes eu não acho. Eu tenho... não sei. Eu tenho uma autoestima horrível, sabe? Eu já fiquei trancada dentro de casa uns quinze dias por não me achar bonita, olhar no espelho e não conseguir sair. Tipo, me olhar no espelho e nossa! Que horrível esse nariz, que horrível esse olho, que horrível tudo, sabe? Eu simplesmente não conseguia sair de casa. Ficava deitada na cama comendo e me sentindo mal. Eu chorava, e boa parte do meu tempo é isso assim. Não sei se é porque eu fico olhando fotos das outras meninas, colegas minhas, outras modelos, e tipo, nossa, olha que linda sabe?! E daí sempre tem alguém também pra tá te falando: esse cabelo não ficou legal em ti. Então essas coisas acabam fazendo com que a nossa autoestima fique um pouco mais pra baixo. Eu não sei, mas eu sou uma pessoa muito sensível, então se alguém falar pra mim que o meu cabelo tá feio, eu vou chorar, eu vou ficar muito mal pensando que eu sou a pessoa mais horrível do mundo. Eu sei que isso é uma coisa muito boba, eu consigo perceber que isso é uma coisa muito idiota, só que pra mim é uma coisa que me machuca muito porque faziam muito bullying comigo no Ensino Médio, no Ensino Fundamental. Então, hoje, pra mim, eu quero me sentir bonita, mas a minha autoestima não coopera.

Pesquisadora: E porque tu não te acha bonita?

Participante 2: Tem muita coisa que eu queria mudar, por exemplo, eu me sinto bochechuda, eu me sinto nariguda, meu olho é pequeno. Eu não sei, eu não consigo. Tem

dias que eu me sinto bonita, de verdade. Tem dias que eu me olho e me sinto bonita, de verdade. Mas tem dias que eu levanto e me olho no espelho e simplesmente eu acho horrível. Eu me maqueio e eu me sinto feia de maquiagem, eu tiro tudo e me tranco no quarto e choro. Eu não sei, é uma coisa muito louca, eu não consigo... Eu queria assim, me sentir bonita. Sabe aquela coisa de autoestima tão alta que tu não precisa nem se maquiar que tu te sente bonita, tu sai na rua... eu não consigo. Eu te juro que eu queria muito.

Pesquisadora: O que te fez entrar no *SuicideGirls*, mandar a tua foto pra eles?

Participante 2: Então, eu sempre curti muito, sempre na minha família teve muita coisa de gente alternativa. O meu tio favorito, que eu cresci com ele, ele tinha tatuagem. Era tudo assim, sabe? Então eu cresci com isso perto dele. E isso sempre foi me atraindo. Desde criança eu falava: ah, eu vou fazer um monte de tatuagem, eu vou botar piercing, eu vou raspar o cabelo. Aí com uns 14 anos eu comecei a pintar o cabelo de colorido. Então eu fiquei uns oito anos com o cabelo multicolorido. Agora tá loiro, mas era sempre azul ou rosa, verde, colorido, de tudo que era cor. E eu comecei a ver umas postagens no *Facebook* de meninas tatuadas. Tipo cantando, dançando, tirando fotos, aí eu: bah, que foda isso! E comecei a procurar. Aí eu vi a página do *Suicide* e fiquei pensando que foda, sabe?! Aí eu descobri que tinha brasileiras e, nossa, tem brasileiras, que foda! Aí se eu não me engano eu adicionei alguém, não lembro quem foi, mas foi uma *Suicide*. Stefani eu acho que foi na época. E daí nisso a Jaqueline, a Jaqueline que é *Suicide* também e é recrutadora do site, ela me chamou para participar do site, que eu tinha perfil - alternativa, tatuada e tudo o mais. Eu demorei eu acho que quase uns cinco meses para enviar o ensaio, porque como tinha o ensaio nu, a gente acaba com um pouco de receio. Mas eu acabei fazendo e deu tudo certo e foi. Hoje eu sou *Suicide*, desde 2015. Hoje sou recrutadora do site, modelo, tudo. Mas então, o que levou, resumindo, a isso mesmo foi achar bacana esse estilo alternativo. Eu já cresci com isso. Eu sempre achei bacana fato de as pessoas terem essa mente aberta assim de, ah, vamos fazer tatuagem, vamos deixar o cabelo colorido, vamos ser diferentes, sabe? Eu sempre curti muito isso.

Pesquisadora: Como é que tu lida com essa coisa de as pessoas pagarem para ver as tuas fotos?

Participante 2: Então, quando eu não vendia... Tá, mas tu diz no *Suicide* ou venda privada de fotos?

Pesquisadora: Não, vamos falar da questão do *SuicideGirls*, mesmo. Que as pessoas assinam o site para ver as tuas fotos nuas.

Participante 2: Tá. Então. Eu não... não... nunca pensei nisso, na realidade. Pra mim é uma coisa tipo, ah... tão pagando pra ver, sabe, tipo, não me importo. Porque é assim ó: a partir do momento que tu é recrutada, tu já é avisada que vai ser muitas pessoas que vão ver. Então é um consentimento que tu vai ter que ter. Eu como recrutadora hoje já aviso as meninas: olha, as pessoas vão ver as tuas fotos, tu vai tá nua, precisa saber, precisa avisar a família, precisa ter o consentimento, né. Então as meninas precisam saber que as pessoas vão tá lá vendo, vão tá pagando pra ver, beleza. Então eu não tenho muito o que falar, assim. Eu fiz porque eu quis. Então se a pessoa tá pagando pra ver, ela pode pagar pra ver. Se não quiser, pra mim, é independente.

Pesquisadora: Então é mais uma questão de tu saber que existem fotos tuas que foram aprovadas pra ir para um site do que necessariamente essa coisa de ter gente vendo, provocar sensações a um número de pessoas. Porque, enfim, se uma pessoa paga pra ver as tuas fotos é porque ela quer ter algum tipo de sensação, né?

Participante 2: Então, nesse caso aí a gente fica um pouco assim. Só que tem uma coisa dentro do *Suicide* que o site impõe. A dona do site - na verdade são dos donos, um homem e uma mulher, que é o Sean e a Missy - a Missy é feminista assumida, então dentro do site tem a tecla pra nós modelos e para os membros, e é bem claro que os membros não podem falar nada para as modelos. Tipo gostosa, não sei o que, não sei o que, quero fazer não sei o que - não pode. Se isso acontecer a gente pode bloquear a pessoa, pode denunciar pro site e a pessoa pode ser excluída, nunca mais ter acesso. Então isso é uma coisa muito bacana do site. Principalmente os gringos de fora do Brasil. Brasileiro é muito cuzão, literalmente, os homens, né, alguns. Porque homem já chega... brasileiro já chega ah, gostosa, não sei o que, não sei o que... E não é legal. Pra mim isso não é elogio, sabe?! E gringo não, tipo americanos, enfim, outras coisas, ele chegam e falam assim: nossa, que bonita, muito bacana, curti teu ensaio. Eles têm um respeito muito bacana. Então dentro do site a gente acaba não ligando pra isso porque os caras respeitam. Se eles fazem alguma coisa - e é claro que eles fazem vendo as fotos, né, porque é homem - mas pelo menos não vão estar ali escrevendo, insinuando pra gente alguma coisa. Então isso é uma coisa bacana dentro do site, tem um respeito ali.

Pesquisadora: E quais que são os benefícios de ser uma *SuicideGirl*?

Participante 2: Então... benefícios. É que nem eu explico pra muitas meninas, muitas meninas me falam: ah Nathi, tá, legal, eu vou pro Suicide e eu ganho o que? Na verdade a Suicide é como um... como é que eu posso te dizer... não é uma carreira, mas é uma coisa que tu vais construindo. É como se, por exemplo, deixa eu ver como é que eu posso te explicar isso... tu trabalha no banco. Tu precisa crescer dentro do banco. Tu precisa subir de cargo, ir estudando, ir lutando. Dentro do Suicide é assim também. Tu vai ter que correr atrás das tuas próprias coisas. Tu vai ter que ir postando coisas, ir atrás de marca, estudando, trabalhando. Além de modelo eu sou fotógrafa. Eu consigo ver os dois lados. Eu já consigo fazer algo a mais além de modelo. Eu já consigo tirar as minhas próprias fotos pra me divulgar, já consigo parceria com marca, eu posei pra Playboy. Então tem muitas coisas do gênero que na verdade a pessoa tem que correr atrás pra conseguir, sabe? Não só ser Suicide. A Suicide ajuda a promover a carreira, literalmente promover. Eles promovem. Assim que eles divulgam a menina no site, por exemplo, eles me postaram essa semana e eu acho que ganhei uns mil seguidores: dentro desses mil pode ter marca de roupa que vai te chamar pra fazer uma parceria, coisas assim. Só que a menina precisa se ajudar também. Precisa ficar postando, precisa correr atrás, sabe. Não só ficar ali na internet tirando fotos, tu precisa fazer o teu lado também.

Pesquisadora: Qual que é a tua relação com a nudez nesse processo todo?

Participante 2: A minha relação com a nudez...

Pesquisadora: Com a tua nudez, no caso. E com a nudez alheia.

Participante 2: Tu diz como eu me sinto nua?

Pesquisadora: Isso. Sendo vista e em especial estando nua na frente/para outras pessoas.

Participante 2: Entendi. Eu sou uma pessoa muito mente aberta. Então eu não consigo ver a nudez como uma coisa assim oh, ela tá pelada. Eu vejo como uma coisa... todo mundo nasceu pelado, sabe? Tu vai na praia, tu vai tá de biquíni, tu vai tá praticamente seminude. Eu vejo uma coisa totalmente de boas. Eu fico aqui dentro de casa, caminho pelada. Tu te sente livre, tu te sente... Esse, olha só o que a gente tava falando de autoestima antes, esse é um ponto que traz muita autoestima pras pessoas. Às vezes, quando eu fotografo e me vejo nua, eu me sinto bonita. Isso aumenta a autoestima. Porque tu tá te vendo totalmente sem roupa, sem nada, tu vai tirar fotos. Tu tem que se sentir

bem. Eu curto muito, é uma coisa que eu acho muito bacana. Então eu me senti tranquila pra fotografar nua. Desde a minha primeira fotografia nu pra Suicide eu me sinto bem. Eu me sinto bem. Só que, claro, a gente fica meio assim vendo as pessoas vendo a gente nu, sei lá. Como é que eu posso te explicar... as pessoas são também preconceituosas com o nu. Por exemplo, no meu *Instagram* eu não posto nu. Eu posto no máximo uma lingerie porque eu sei que se eu postar alguma coisa com tarja já vai vir alguém falando se eu faço programa, tu é puta, tu é isso, tu é aquilo. Pô, só porque eu tô nua eu também não sou puta. O corpo é meu e se eu quiser ficar na minha janela pelada eu vou ficar. Eu não consigo entender porque as pessoas têm um preconceito tão grande com a nudez. Eu acho que é uma coisa maravilhosa e todo mundo deveria tentar ficar nu.

Pesquisadora: Tu assiste pornografia?

Participante 2: Eu já assisti por curiosidade. Por curiosidade, mas eu não curto. Nada contra quem assiste, mas eu não... não... não tenho aquele interesse. Eu não sei como te explicar isso, mas eu não sou daquelas pessoas que assiste um pornô e faz coisas, entende. Não é muito o meu gênero isso. Já olhei por curiosidade, digamos, uma força pra achar engraçado, mas não costumo.

Pesquisadora: Mas ver fotos de homens e mulher nus, essa coisa toda, mas num contexto um pouco mais pornográfico também ou não?

Participante 2: Não, pior que não, pior que não. Eu vou te falar que o máximo de nu que eu vejo mesmo é no Suicide. Porque ai eu vejo o que saiu das meninas, porque a gente vota nos ensaios né. Então ali eu vou te falar que é o máximo de nu que eu vejo. Não sinto necessidade, não sinto vontade de, sei lá, ver foto de pau, não sei...

Pesquisadora: As fotos que tu faz são fotos de meninas nuas também, não?

Participante 2: Isso. Eu sou, além de modelo e recrutadora, eu fotografo pro site também. As meninas que eu recruta que moram aqui pertinho, no Rio Grande do Sul, eu fotografo elas pro site também. Porque a única fotógrafa staff do site no Brasil é a Kasha, só que ela mora em São Paulo. Aí eu fico com as meninas do Rio Grande do Sul. Então é o máximo que eu vejo ali de nu. As meninas vão na minha frente, mas é tudo profissional, pra gente fotografar mesmo. Então é bem tranquilo.

Pesquisadora: Tu é um estrela da internet? Uma digital influencer? Tu te considera assim?

Participante 2: Putz, que pergunta difícil. Ai, eu não sei. Eu vou ser bem sincera contigo, eu não me considero, mas muita gente me reconhece na rua, eu já dei autógrafo, já tirei foto, eu recebo muito presente de marca, muito presente de fã, de seguidor, muita coisa, muita coisa. Às vezes meu namorado vai no mercado... Esses dias inclusive ele foi no mercado comprar sorvete e umas meninas no mercado pararam ele e falaram “Ah tu é namorado da fulana, não sei o quê...”. Sabe? Eu não me considero. Porque eu acho que uma pessoa famosa é uma Kim Kardashian, né? Eu não sou ninguém. Eu não sou ninguém perto das outras pessoas. Eu acho que eu vou me considerar famosa o dia que eu descer do prédio pra baixo e tiver um monte de paparazzi. Aí sim. Eu não me considero. Mas, tipo, pelo o que as pessoas falam pode ser que sim. Mas eu não me considero.

Pesquisadora: Em relação as lives do *Facebook*... É... Como é que tu lida com... Isso no *Facebook* do Suicide Girls, né? Como é que tu lida com os pedidos de nudes? Dos caras que pedem “Ah, mostra isso. Ah, mostra aquilo” ou que ficam bravos se tu não mostra.

Participante 2: E normalmente a maioria é brasileiro. Porque brasileiro é foda... (risos) Então... Eu sou uma pessoa muito braba. Eu não tenho equi... Eu tenho... Na verdade, eu não tenho paciência. Eu sou uma pessoa que corta, sabe? Por exemplo: a pessoa vem me encher o saco, eu vou dar um xingão nela. E se continuar eu vou bloquear, eu não quero saber. Porque assim, oh: tem que ter limite, tem que ter respeito! Homem pedindo nude para mulher é muita falta de vergonha na cara, sabe? É ridículo. Quer ver nude, meu filho? Bota no Google, não fica enchendo o saco, sabe? É chato, sabe? É chato para caramba. Meu, homem não tem respeito. Não tem, sabe? Não tem o que fazer. E eu concordo que eu sou grossa, eu xingo. Eu faço questão de todo mundo que tá na live ver que eu tô xingando aquela outra pessoa pra ela ficar com vergonha, sabe? Pra a pessoa não fazer mais. A mesma coisa por exemplo no meu *Instagram* que se alguém fala alguma coisa, tipo, “ah, não sei o que”, sei lá, inventa qualquer coisa... Pensa em qualquer coisa nojenta que alguém fala. (risos) Eu já pego, tiro um print e posto pra todo mundo ver - e deixo o nome lá exposto. E tu sabe que isso adianta muito, porque... Eu acho que, tipo, de 100% que eu recebi, hoje eu recebo 20% só disso - de cara dando em cima de mim e enchendo o saco – depois que eu comecei a expor. Porque os caras ficam com medo, eu mando print para namorada também, sabe? Eu sou assim... Não tem... Eu acho que tem que pôr limite porque mulher nenhuma tem que ficar aguentando isso, sabe?

Pesquisadora: Pensando nas questões da live ainda: tu acha que teria mais visualizações, se hoje, por exemplo, fizesse transmissões em outra página – ou no teu perfil pessoal mesmo – do que no site... Na página da Suicide Girls, ou não?

Participante 2: ãhn... Não porque na página da Suicide tem muito mais seguidor, né? Tem muito mais! Nossa! Tipo, nem compara... Eu acho que no meu Insta tem quase 200 mil. Mas no *Instagram*... Mas no *Facebook* da Suicide tem... Sei lá... Uns 10 milhões... Então, tipo, eu acho que é muito mais visualização, né?

Pesquisadora: Tá... E o que que te motiva a fazer a live para eles?

Participante 2: Então... ãhn... É uma forma de a gente se auto beneficiar com a publicidade dele... ãhn...Eu tô ali, tô mandando o ensaio para ele. Nem sempre a gente ganha dinheiro com isso. A gente só ganha 500 dólares quando o ensaio é comprado. Então a gente não tem um salário fixo. Então, nada mais justo do que eu me auto promover né?

Pesquisadora: Durante essas lives – a gente já falou da questão em relação aos pedidos de nudes, né? Mas como é que tu lida com hater? Aquele cara que entra na transmissão e começa criticar tatuagem... Criticar piercing ... Ou mesmo criticar o fato de tu ser uma modelo da empresa... ãhn... Mandar lavar louça, esse tipo de coisa... Como é que tu lida com isso?

Participante 2: Sim... Então, eu faço o mesmo esquema dos caras do nude, eu xingo também. Porque também é uma falta de vergonha na cara. É uma falta de educação, né? Se a pessoa tá ali para xingar, ela que não curta a página, que não assista ela então, sabe? Tá ali pra xingar por quê? Porque não tem mais nada para fazer. Então, o cara vem me xingar, vem dizer “Ah, que que é essas tatuagens feias”. Se tu não gosta de tatuagem, não faz. Pronto. Se tu não gosta de gay, não casa com um. Ponto, sabe? Então é só assim... Eu corto, eu não tenho paciência... Eu sou muito... Sabe? Eu falo uma vez, eu xingo. E é a mesma coisa com esses caras que pedem nude - os haters. Então... Eu xingo, eu faço a pessoa passar vergonha na frente de todo mundo pra pessoa parar e ver que ela tá errada.

Pesquisadora: Tu bloqueia ou não?

Participante 2: Com certeza, com certeza. Eu bloqueio sim. É melhor manter distância e nem saber que a pessoa existe, né?

Pesquisadora: O que tu acha que leva as pessoas assistirem e a participarem dessas lives? Não esses haters, porque esses, enfim, como tu mesmo falou antes, tem outro tipo de objetivo. Mas as pessoas que querem participar, que querem assistir.

Participante 2: Então, são pessoas que realmente gostam de pessoas tatuadas, assim como eu, antes de ser modelo, também gostava de ver as menininhas tatuadas conversando, interagindo, eu achava bacana. Então eu acredito que esse é o mesmo objetivo. Eles verem essas modelos tatuadas, diferentes, alternativas, que eles também curtem o estilo tatuado, alternativo, sabe? Às vezes, eu jogo na pesquisa, por exemplo, do *Instagram*: “modelos tatuadas”. E vou subindo e vendo, sabe? “Tipo, olha, que bacana essa menina, vou seguir”. Aí tu já fica comparando a vida. “Bah, que bacana! Olha que legal o que ela faz, tatuada”. Eu acho que é isso, assim como as pessoas são fãs de bandas, também têm pessoas que são fãs de mulheres tatuadas. Então tem gente que realmente vai pro bem ali. Para conversar, para ver e nos tratam super bem.

Pesquisadora: E qual que é a relação... Ahn... Tu percebe que tem gente que vai nas transmissões e que também é assinante? Que interage com vocês no site também?

Participante 2: Sim, sim... Inclusive têm muitos assinantes que eu consigo perceber que me seguem nas redes sociais, que comentam nas nossas coisas. Isso é muito bacana! Tipo, isso é muito bacana porque dá um orgulho de perceber que dentro do site eles estão acompanhando nosso trabalho e fora também. Tipo... Isso eu diria que seria um fã mesmo, né? De tá acompanhando tudo. Seguindo, comentando direto. Se tem uma pessoa que... “Ah adorei seu ensaio lá no site, Nathi. Bacana! Continue sempre assim, sou sua fã”. Sabe? Isso é muito legal! Pra gente assim que vê, acompanha e sempre vê aquele nome que a gente sabe que é do site, é muito legal!

Pesquisadora: Nessas transmissões pro site do Suicide Girls... Pro site nada... (risos) Pro *Facebook* do Suicide Girls, tu assume alguma personagem ou algum tipo de comportamento específico? O que eu quero dizer com isso: Ahn... Se tem alguma situação específica de roupa, de cabelo, de maquiagem? Se tu pensa: “Bom, hoje eu vou fazer uma transmissão então eu vou abordar determinado tipo de personalidade; ou determinado tipo de roupa e essa roupa vai me dizer que tipo de personalidade”. É meio isso? Como é que funciona pra ti, assim?

Participante 2: Então... Eu sou eu mesma sempre. Eu sou... Eu faço as lives igual eu tô falando aqui contigo. Eu cheguei, a gente tava com a Camila no centro aqui agora. Eu tô com a regatinha que eu tava, tô com a maquiagem que eu tava, falando contigo. E se eu tivesse que fazer uma transmissão live, eu faria do mesmo jeito, né? Eu... Sei lá... Não me arrumaria toda pra isso, não faria todo um negócio só para isso. Até porque eu acho que as pessoas gostam de ver a gente como a gente realmente é... Sabe? Não é legal ser uma coisa aqui na tua frente e na realidade ser outra. Então eu prefiro que as pessoas vejam eu como realmente sou em todos os lugares. Vai me encontrar na rua? A pessoa vai ver “olha, a Nathi realmente é assim de verdade”, sabe? Então, eu tento ser igual sempre. Não quero mudar, não quero ser diferente.

Pesquisadora: Tu é feminista?

Participante 2: Então... Eu não sei. (risos) Olha que coisa. Eu não sei, eu já... Eu na verdade nunca consegui decidir o que eu penso sobre porque eu já vi muita coisa, sabe? Mas também, vou assumir pra ti que eu nunca procurei a fundo sobre o assunto. Mas eu sei o que é, né? Existem os subgêneros, essas coisas, né? E... Não sei. Eu acredito que eu talvez seja por impor muito as coisas. Por exemplo, aqui em casa - mora eu e meu namorado, a gente mora há quatro anos juntos – é tarefa os dois juntos. Nada de fazer sozinha, sabe? Eu arrumo a casa inteira, ele vai lavar louça, vai limpar o chão, vai ajudar porque ele também come, ele também dorme, ele também usa roupa, sabe? Então nesses pontos assim eu percebo que talvez eu seja. Por impor que ele ajude, afinal de contas, eu também trabalho, eu também estudo, ele também... Então, os dois moram juntos, os dois tem que ajudar. Sabe? Então eu sou muito assim. Só que tem coisas que eu não sei... ãhn... É... Que talvez eu não conheça muito bem o feminismo para te dar uma resposta certa. Mas eu acredito que talvez eu seja. Não radical. Mas, tipo, um feminismo de boa. (risos)

Pesquisadora: Pelo teu conceito, né, por aquilo que tu entende como ser uma feminista: tu acha que é possível ser feminista e ser suicide girl ao mesmo tempo? Em que momentos do ser do Suicide Girl isso é possível? ...que tu acha? Assim, isso de acordo com as tuas convicções, né?

Participante 2: Uhum. Então, pelo que eu vejo assim ser uma das suicide girls é a mulher se sentir bem com ela mesma, sabendo que ela pode fazer tatuagens, pode posar nua, sabe? E tu sendo feminista tu vai xingar o cara, tu não vai deixar o cara ficar ali te

xingando por tu tá nua... Ähn... Que é o que eu faço. Eu sou uma suicide, vou continuar postando foto nua, vou fazer minhas tatuagens e se algum cara vir me encher o saco, vai se foder, porque eu vou xingar. Porque homem nenhum deve dizer o que nós podemos fazer e ponto. Então, sim!

Entrevista da participante 3

Pesquisadora - Bem, a minha primeira pergunta - ela pode parecer boba, mas é que às vezes a gente não se pergunta, inclusive - tu te acha bonita?

Participante 3 - (risos) Sim!

Pesquisadora - E por que tu te acha bonita?

Participante 3 - Porque... Nossa! Agora é uma pergunta difícil, né? É... Acho que, não sei, acho que eu gosto de como é meu corpo e meu rosto.

Pesquisadora - O que que tu vê, assim, que tu gosta em ti? Quais são as características que te fazem pensar “Bah, hoje eu tô bem mais bonita que ontem!”? (risos) Sei lá!?

Participante 3 - Ah... Eu gosto de ser magra. Eu acho que é uma coisa que eu olho no espelho e me agrada muito.

Pesquisadora - E o que que te motivou a enviar fotos para o site do Suicide Girls?

Participante 3 - Então... É... O que me motivou é que, tipo, eu procurei o site sozinha, né? Não foi uma ideia que ninguém me deu. Porque eu sempre gostei da ideia do site de serem só meninas modificadas. Então... Essa foi minha motivação porque eu não queria fazer parte de um padrão social. Eu me via... Eu sempre me via diferente, mas não me encontrava em lugar nenhum. E no site, na comunidade suicide, foi onde eu me encontrei e assim que eu comecei a modificar meu corpo eu vi que eu me identificava mais ainda e que talvez seria interessante eu participar mesmo do site. Foi o que me motivou. Eu... Uma identificação muito profunda que eu tive com a proposta do site.

Pesquisadora - E como é que tu lida com o fato de que pessoas pagam pra ver essas tuas fotos?

Participante 3 - Então, eu entendo isso como pessoas que gostam do estilo e não necessariamente do... E não necessariamente que tenham interesse tão grande no nu. Eu

acho que... Eu enxergo assim. Porque quando eu conheci o Suicide eu me interessava muito pelo estilo das meninas, achava muito interessante. E eu acho que o público que paga, também paga pelo mesmo motivo. Porque tem muitas outras formas de ver nu ou qualquer outro tipo de vulgaridade de graça na internet. Então, acho que se tá pagando num site que o foco é um estilo diferenciado, esse é o propósito. A pessoa paga para ver o estilo.

Pesquisadora - Tá. E quais que são os benefícios em ser uma suicide girl?

Participante 3 - Ah... Tipo... Ganha muita coisa, tipo... Proposta de tatuagem, que eu gosto de fazer, já recebi muita proposta. E... ensaio fotográfico também, eu gosto muito de posar para fotos e vários fotógrafos fazem propostas pra gente, pra fotografar. São os benefícios que eu tenho recebido, pelo menos. E há um benefício que eu vejo, acho que vale a pena citar, a gente acaba conhecendo várias pessoas que se parecem com a gente também. E é tão difícil ver isso num ciclo social qualquer, então parece que lá tá todo mundo junto, então, a gente acaba fazendo amizade com pessoas que têm muito a ver com a gente de verdade. É um benefício bem grande.

Pesquisadora - E como é tua relação com a nudez?

Participante 3 - Eu lido muito naturalmente, eu nunca vi muito problema nisso. Eu acho muito natural.

Pesquisadora - Tu assiste pornografia?

Participante 3 - ãhn... Socialmente? (risos) Não é socialmente que fala, né? Socialmente é pra bebida.

Pesquisadora - (risos) Pode ser.

Participante 3 - Socialmente, não. É... De vez em quando. Eu não sei como que fala quando é de vez em quando.

Pesquisadora - É “de vez em quando”. (risos)

Participante 3 - É, de vez em quando. (risos)

Pesquisadora - Tá e como é que é esse teu “de vez em quando”... É ver foto? Ver vídeo? ãhn... Ver com outra pessoa, gosta de ver sozinha

Participante 3 - Não, sem ninguém.

Pesquisadora - Tá. Entendi. Mas mais vídeo ou mais foto?

Participante 3 - Vídeo.

Pesquisadora - Tá. E tu te considera, tu é uma estrela da internet? Uma influenciadora digital?

Participante 3 - Não, não me considero. De jeito nenhum.

Pesquisadora - Quantos seguidores que tu tem nas tuas redes, mais ou menos?

Participante 3 - Tenho 18 mil e 500 ou 600.

Pesquisadora - Isso é bastante coisa. Poxa! Bom, mas mesmo com essa quantidade de pessoas tu não acha que tu não é uma influenciadora?

Participante 3 - Não, não acredito que eu seja não. Hoje em dia tem muita gente na internet. Então muita gente tem esse número. Acho que pra ser influenciador nos dias de hoje tem que ter cinquenta mil pra cima.

Pesquisadora - Ta. E essa é uma meta tua? Ou não é esse teu foco?

Participante 3 - Esse não é meu foco, mas não deixa de ser uma meta. Eu não me esforço muito para ter mais do que eu tenho. Mas vez ou outra que eu vejo uma oportunidade de ter mais seguidor, eu aproveito.

Pesquisadora - Tá. E que que isso pode representar pra ti? Assim, em termos de mudança de vida, sei lá, isso de alguma maneira pode te significar alguns outros projetos, enfim?

Participante 3 - Talvez. Talvez signifique. Eu já pensei em transformar isso em algo mais comercial. Mas não sei se daria certo, se eu me esforçaria muito. E pra ser algo comercial tinha que ter mais pessoas, né? Então, talvez, se eu tiver mais visibilidade, eu transformaria em uma coisa mais séria. Por enquanto é só um hobbie.

Pesquisadora - Tá. Entendi. Em relação a live... Tu disse que fez uma live, né? No *Facebook* pelo Suicide Girls. Como é que tu lidou com os pedidos de nude ao vivo? Com o mostra isso, mostra aquilo, enfim.

Participante 3 - Ah, foi bem tranquilo. Eu não esquentei muito, não. Teve até na própria live uma menina me fez essa pergunta. Ela... Tem mesmo muito comentário assim. Aí uma menina perguntou: “ah, você não se importa com as pessoas falando essas coisas?”. Aí eu vou responder para você igual eu respondi pra ela na própria live. Eu falei que tudo na minha vida eu aprendi a colocar numa balança, se tem mais coisas positivas do que negativas, eu continuo. Então, na live tinha muito mais comentário positivo, falando que eu sou linda, que as minhas tatuagens são lindas, falando coisas assim, que concordavam com a minha opinião sobre qualquer assunto que eu tivesse falando, do que comentários ruins. Então, eu meio que absorvo o que é ruim porque tem muito mais comentário bom.

Pesquisadora - Tá. E tu lembra quantas visualizações que teve essa tua live?

Participante 3 - A última vez que eu olhei... Ah, visualização eu não lembro. Não lembro mesmo. Mas de like deu 92 mil. Mas a visualização eu não lembro até onde foi.

Pesquisadora - E tu acha que tem mais visualizações na transmissão que tu faz em outra página, sei lá, ou no teu perfil pessoal?

Participante 3 - Não. É... Como assim?

Pesquisadora - Se tu tivesse feito em uma outra página, de alguma outra rede social, enfim, rede social não, de alguma outra empresa...

Participante 3 - Não... O Suicide é o mais visto. É um dos mais vistos. Acho que nesse mesmo segmento não existe outra página que tenha mais sucesso.

Pesquisadora - Que segmento especificamente que tu acha que o Suicide tá inserido?

Participante 3 - De pessoas modificadas.

Pesquisadora - Ta. O que te motivou nesse dia específico a fazer essa live? Como é que foi?

Participante 3 - Foi porque foi o dia que saiu o meu primeiro set e eu recebi o convite do site para fazer a live... Daí, eu topei na hora, porque eu tava muito feliz que era o meu primeiro set que tava saindo no site e foi meio que um jeito de eu comemorar com os próprios seguidores.

Pesquisadora - Ah, que legal! E depois tu acabou não fazendo mais por quê?

Participante 3 - Eu não fiz mais porque o meu inglês é bem ilimitado e eu não queria falar tanto português porque a grande maioria não entende. A grande maioria não entende português. Daí eu meio que tropecei muito no inglês e isso me deixou meio tímida. Eu nem pedi pras meninas do site pra eu fazer mais, mas agora eu tô pensando em fazer mais alguma.

Pesquisadora - E por quê... Foi uma experiência legal pra ti?

Participante 3 - Foi. Por que foi uma experiência legal?

Pesquisadora - Isso.

Participante 3 - Porque eu acho que eu me senti bem-vinda. Me deu um sentimento de que parece que tava tudo bem eu tá ali, parece que as pessoas tavam felizes comigo ali.

Pesquisadora - Legal! E como é que tu... Tem todo o lado bom, mas também tem todo o lado ruim, né, também? Como é que tu lida com hater? Com aquele cara que entra na live justamente pra criticar tua tatuagem, criticar teu piercing, ou mesmo criticar o fato de tu ser uma modelo da empresa, enfim?

Participante 3 - Ah, eu acho que a pessoa que vai para criticar ela tá muito mal consigo mesmo. Eu não consigo acreditar que essa pessoa tá feliz e pra eu me importar com a opinião de uma pessoa que não tá feliz no momento que ela tá comentando, é meio burrice eu me importar com isso. Então, sei lá, igual eu falei, eu absorvo. Eu mando embora, eu não dou importância pra isso.

Pesquisadora - Tá. O que tu acha que leva, tanto as pessoas que são haters, enfim, quanto as pessoas que elogiam, que gostam da tua performance, a assistir e a participar das lives?

Participante 3 - Ah, eu acho que, talvez... Hum... Que... Sei lá, é diferente, né? A gente tá num vídeo. Deve dar curiosidade de ver “ah, como ela é de verdade” porque na foto a gente tá parada, né? Acho que o vídeo tem mais intimidade, tem mais proximidade. Acho que isso que leva as pessoas assistirem pra ver a gente - entre aspas, assim - de verdade. Pra ver como a gente é de verdade porque dá essa sensação de estar mais próximo, né? Quando é um vídeo, ainda mais ao vivo.

Pesquisadora - Nessa transmissão que tu fez em específico: tu chegou a assumir algum tipo de personagem, algum tipo de comportamento específico? Alguma coisa do tipo “ah,

hoje eu vou ter que encarnar a personagem tal, ou vou ter que encarnar...” Enfim, não sei, tu usou alguma roupa, assim, diferente?

Participante 3 - Hum... Então, não. Eu pensei muito, né, porque eu recebi o convite com uma semana de antecedência da data da live. Então eu tive sete dias pra pensar o que eu ia fazer, mesmo que fosse uma live curta. Daí nesse tempo eu fiquei pensando muito na roupa que eu ia vestir, a princípio eu queria pôr uma roupa menor, assim, pra mostrar mais. No fim eu parei pra pensar assim que não, eu quero ser ouvida, então, acabei colocando uma roupa maior. O meu preparo foi ficar discreta porque naquele dia específico eu queria ser ouvida. Eu queria que as pessoas ouvissem o que eu tinha pra falar. Meu preparo foi mais pensar no que eu queria transmitir, ficar de olho nas perguntas mais interessantes da live pra acabar não respondendo pergunta babaca e deixar passar alguma pergunta interessante e eu fiquei mais discreta, assim. Fiquei com meu cabelo bem normal, na verdade, usei de um jeito que eu não costumo usar que é só solto, eu gosto de prender ele e fiquei com a camiseta. O preparo que eu tive foi ficar mais discreta porque naquele dia eu não queria chamar atenção pro corpo ou pro rosto. Eu queria que me ouvissem de verdade.

Pesquisadora - Tá e aí agora vem a pergunta interessante, - da série coisas que parecem óbvias, mas não são - parece fácil, mas não é: tu é feminista?

Participante 3 - Eu não me considero.

Pesquisadora - Não, por quê?

Participante 3 - Porque... Assim... Tem muitas atitudes que eu tenho que são contrárias do feminismo. Então, é óbvio que eu concordo plenamente com o movimento e no que eu puder ajudar, se eu puder ajudar, eu ajudo. Mas eu tenho muitos pensamentos tradicionais ainda, não sei se vou ter pra sempre esses pensamentos. Então, por isso eu não me considero. Mesmo, é... Não é total da minha vontade, mas tem uma coisa ou outra que eu sou um pouquinho machista, infelizmente.

Pesquisadora - Tipo o quê?

Participante 3 - Acho que porque são coisas tão bobinhas na minha cabeça, talvez, não seja bobas. Mas na minha cabeça acho boba, então, são coisinhas bobas que eu acho que não tem problema, sabe?

Pesquisadora - Mas como por exemplo o quê? Quais são teus pensamentos machistas?

Participante 3 - Tipo, a primeira coisa que vem na minha cabeça, eu acho que é... Eu acho que o homem tem que pagar a conta. (risos) E o feminismo não vê como uma coisa errada, mas acha que a mulher pode dividir a conta. Eu acho que não, eu acho que o homem é que tem que pagar a conta... (risos) De um restaurante, de um bar ou coisa assim. Então, não sei, por pensamentos bobinhos como esse eu não me considero feminista.

Pesquisadora - Tá, eu vou continuar, eu achei... Isso já não tá mais no meu script, mas eu vou continuar a pergunta. Por que tu acha que o homem tem que pagar a conta?

Participante 3 - Porque... Eu... Aí já uma coisa muito pessoal. Eu vejo como se fosse uma honra a minha presença pra alguém. Então... É... O mínimo que a pessoa tem que fazer é me convidar pra um bom lugar e pagar a conta. (risos)

Pesquisadora - E se é tu que convida?

Participante 3 - É meio tradicional, sabe? É como se fosse uma cortesia, uma questão de etiqueta.

Pesquisadora - Tá. E se for tu quem convidou daí?

Participante 3 - Ah, é muito difícil eu convidar. Eu convido quando é amigo, só amigos. Daí eu racho a conta sim. Eu racho o meu, a pessoa racha o dela. Dependendo da situação, se eu tiver numa situação melhor que a pessoa aí eu pago a maior parte. Mas isso numa relação de amizade, né?

Pesquisadora - Uhum. Mas quando é uma relação do tipo tu vai chamar um cara pra sair, um cara que não é amigo e tal...

Participante 3 - Ah, se for uma relação afetiva...

Pesquisadora - Isso.

Participante 3 - Eu não convido. (risos) Eu espero a pessoa me chamar. Porque eu penso assim, eu tenho até uma tatuagem que representa isso em mim. Eu tenho uma tattoo de uma princesa. Então, qualquer homem que me tratar menos que uma princesa, ele não merece tá comigo.

Pesquisadora - Tá. Tu acha que tem como ser feminista e suicide girl ao mesmo tempo?

Participante 3 - Acho! Com certeza!

Pesquisadora - Em que momento que isso é possível?

Participante 3 - É possível no momento que a mulher entende que não tem nada de errado dela escolher posar nua ou com pouca roupa. Isso é um pensamento feminista, acho que tem tudo a ver com a proposta do site.

Entrevista da participante 4

Pesquisadora: Tu te acha bonita?

Participante 4: Acho.

Pesquisadora: E por quê?

Participante 4: Não sei explicar. Às vezes não acho tanto, mas acho que é por conta do estilo. Conforme o tempo foi passando eu fui ficando mais ao natural. Antes eu fazia muita coisa que era diferente do meu estilo, sabe? Para se encaixar no padrão. Aí depois de um tempo que eu tentei parar de me encaixar num padrão, comecei a me sentir, sei lá melhor.

Pesquisadora: O que te motivou a enviar as fotos para o Suicide Girl?

Participante 4: Olha, no começo, quando eu enviei, eu fiz mais pela oportunidade. Veio uma fotografa do Chile que eu era bem fã do trabalho dela, e aí eu fiz bem por hobby. Nunca esperei um outro retorno assim, nem fama, nem essas coisas. Gostei mais por entrar na comunidade, né. Que não é só o *Instagram* é também toda a comunidade dentro do site, conheci um monte de gente. Foi mais por isso.

Pesquisadora: E como tu lida com o fato das pessoas pagarem para verem essas tuas fotos?

Participante 4: Olha, depois de um tempo... Antes quando eu me inscrevi, eu não li muito sobre, não. O próprio mother release. Depois de um tempo, quando você vende suas fotos, se eles quiserem fazer, por exemplo, produtos com sua foto, com a sua cara, eles podem, né. Tipo caneca, camiseta, essas coisas. Eu não curto muito esse lado, não. Porque você vende seus direitos, né. Mas em relação ao site, eu não me incomodo não. Porque, dentro

do próprio site tem pessoas que já sabem lidar mais com o nu. Então eles não são igual o público do *Instagram*, sabe?

Pesquisadora: Entendi. Existe um filtro, digamos assim, de comportamento.

Participante 4: Sim, os caras... mesmo os elogios que eles dão, são mais em relação a estética da foto, não ao seu corpo, entendeu?

Pesquisadora: Certo. E para ti, quais são os benefícios em fazer parte da comunidade. Tu é uma hopeful ainda, né? Ainda não tem o selinho aquele.

Participante 4: Não, já tenho sim.

Pesquisadora: Ah, tu já é uma Suicide Girl ou tu é uma hopeful. Como é que funciona isso?

Participante 4: Então, depois que compra... você vai primeiro para a front Page aí você já não é mais hopeful. Mas a diferença assim... não tem muita diferença... Dentro do site, você tem acesso a todas as coisas iguais. A única diferença mesmo é que você vira uma Suicide Girl oficial mas, tem muita hopeful que é mais engajada que Suicide Girl oficial, entendeu? É mais uma questão de nome, né.

Pesquisadora: E pra ti hoje quais que são os benefícios então?

Participante 4: Pra mim, um dos benefícios foi. Eu sou DJ, e assim que começou a ter a Suicide Girls Party no Brasil, eu me tornei DJ residente da festa. Então eu consegui associar uma coisa com a outra. E depois o fato de ser residente dessa festa já dava portas para outras festas. Então, ser associada ao site, tem um nome, chama um pouco atenção, que abriu portas para alguns outros trabalhos. Não tanto quanto de modelar, porque eu nem levo isso como profissão, nem nada. É super hobby. Eu faço parceria e tal, mas é super hobby. Mas na questão de ser DJ, vários flyers de festas que eu toquei estava Elissa Suicide, porque o produtor achava que chamava mais atenção. Já toquei em festa no interior de São Paulo que é totalmente voltada para o público feminino ou para o público geek que o Suicide chamava atenção e que foi o que praticamente me deu a entrada, o contato para esses produtores. Me conheceram mais pelo nome.

Pesquisadora: Tu fala que essa questão da modelagem não é tanto o teu foco principal, mas como é a tua relação com a nudez?

Participante 4: Olha eu não sei como aconteceu isso porque, na verdade, eu sou bem tímida em relação tipo, conversar com as pessoas, mas na questão foto, eu fico super tranquila, até porque eu, raramente, fotografo com pessoas que eu não conheço. A maioria são meninas ou alguém que eu já conheci ou que tem uma galera conhecida junto. Então o clima do photoshoot é bem tranquilo. A gente fica super à vontade, então eu não sinto vergonha. Em relação a ataque de internet, hoje em dia é muito fácil ignorar essas coisas, então eu consigo lidar com isso de uma forma mais fácil.

Pesquisadora: E tu assiste pornografia?

Participante 4: Não, não assisto.

Pesquisadora: Mas chegou a ver alguma vez ou não é um hábito... nunca te ocorreu assim “Ah vou assistir filme pornô ou ver uma revista”, enfim....

Participante 4: Não. Na verdade eu não curto muito. Em questão de posicionamento feminista, eu não acho que é uma coisa legal de se ver.

Pesquisadora: Tu te considera uma estrela da internet, uma influenciadora digital?

Participante 4: Olha, eu não me considero, porque assim, dentro ali, as pessoas que eu tenho como seguidores, boa parte são homens. Acho que para eu ser influenciadora eu acho que tinha que ter, sei lá, mais meninas que se inspirassem em mim para fazer alguma coisa. E boa parte do público, acho que 70%, da última vez que eu verifiquei, era público masculino. Então, eu não me considero muito não.

Pesquisadora: Tu tem, mais ou menos, quantos seguidores? Tu sabe por alto assim?

Participante 4: Hoje eu tô com 11 mil e 500.

Pesquisadora: E aí 70% deles são homens...

Participante 4: São homens.

Pesquisadora: E como é que funcionam as questões das marcas? As marcas te procuram para tentar focar nesses 30% do público, assim?

Participante 4: Então, as marcas elas acabam... acho que é uma questão de baratear também o custo da publicidade. Ao invés de você alugar um estúdio, pagar o cachê da modelo e tal, eles já te dão a roupa para você fazer por conta própria. Eles já sabem que

a pessoa consegue tirar uma foto com qualidade, entende de pose, entende de luz, né. Esse negócio de blogueirinha... todas as meninas já sabem como tirar foto sozinha de um jeito que favoreça os ângulos. Então eles já dão e você mesma tira a foto. Acho que é uma questão de baratear e poder usar a foto. Não sei se o retorno em questão é de quem eu atinjo com o meu próprio perfil. Eu acho que é mais uma questão deles terem uma imagem para colocar na página deles. Poder mostrar “eu tenho tantas pessoas que usam essa marca”. Porque eles não gastam dinheiro com produção de ensaio. Acaba sendo tudo uma troca.

Pesquisadora: Falando um pouquinho das lives. Tu disse que fez uma live pelo *Facebook* do *Suicide Girls*. Foi uma live coletiva né, mas, de qualquer maneira, teve alguns pedidos de nudes ao vivo porque, enfim, sempre tem. Como é que tu lidou com isso? Como tu encarou isso?

Participante 4: Olha, na hora a gente até dá uma xingada. A melhor coisa é não dar muita atenção porque tem outras pessoas fazendo perguntas muito mais interessantes então a gente foca em responder quem é mais educado, quem faz perguntas mais legais e a pessoa acaba sendo ignorada lá. E como é muita gente, o fluxo, acaba que a pergunta some e a pessoa fica lá. Algumas pessoas começam até xingar de verdade porque você ignorou. A gente acaba ignorando. Ainda mais, como a que eu fiz foi em grupo, a gente tava rindo um monte, não tava nem ligando para isso. Não dá para gente bloquear também. Depois a gente meio que dá um block em todo mundo que faz comentários ofensivos.

Pesquisadora: Depois da transmissão encerrada?

Participante 4: Aham.

Pesquisadora: Tu faz lives também no teu perfil pessoal ou não?

Participante 4: Não, não faço porque eu tenho muita vergonha de falar em vídeo.

Pesquisadora: Mas a tua vergonha vem do que? Tu tem vergonha de que?

Participante 4: Não sei, acho que a espontaneidade de falar coisas do nada assim, eu não gerando esse tipo de conteúdo. Eu vejo as outras meninas fazendo bastante, tipo live no *Instagram*, live no *Facebook*, conta no *Twitter*, e eu não tenho muito essa desenvoltura de ficar conversando tipo surgir assunto do nada para ficar falando. Eu acabo não fazendo isso. Não conseguindo me soltar tanto para falar.

Pesquisadora: Então não tem uma motivação pra ti ir conversar com as pessoas. As pessoas te pedem para ti fazer lives nas tuas redes?

Participante 4: Não. Quando eu interajo, por exemplo, com o pessoal do público do Suicide, dentro do próprio site, acabam saindo perguntas no comentário e eu vou respondendo uma por uma. Ou até no meu próprio inbox, um dia eu sento para responder e eu acabo preferindo escrevendo mesmo do que respondendo aleatório no vídeo. Porque eu não me sinto tão a vontade assim de ficar falando em vídeo, sabe? A live até não fica registrada, enfim. Tem umas meninas que até gravam, mas eu não me sinto tão a vontade de falar em vídeo.

Pesquisadora: Tu já tinha mencionado antes que tu tem uma postura feminista. Mas perguntando isso de uma forma um pouco mais categórica. Tu é feminista? Por que?

Participante 4: Sou. Eu acho que sendo mulher é impossível não ser. A partir do momento que você começa a ter visão de como as coisas funcionam, você tem que se posicionar porque não é nem um pouquinho vantajoso ser cega e fingir que nada acontece. Então você tem que se posicionar. Até o momento, por exemplo, quando eu fiz a primeira ... quando subiu o primeiro ensaio para o site, eu já tava pensando nisso porque eu sabia que ia trazer um certo tipo de atenção de pessoas. Eu ia ter que saber lidar com isso. Então eu tive que ser bem firme com meu posicionamento para não me importar tanto com as coisas e saber que eu to fazendo aquilo e não importa qualquer coisa que falarem não tem nada a ver. O fato de eu fazer ensaio. Há certos adjetivos que os caras colocam e tudo mais.

Pesquisadora: Isso até era uma pergunta que eu ia te fazer: tem como ser feminista e Suicide Girl ao mesmo tempo e em que momentos isso é possível?

Participante 4: Então, tem. Tem muitas meninas que não curtem porque tem uma questão de você estar gerando conteúdo para caras machistas, os mesmos que gostam de pornografia, por exemplo. Mas eu acredito, dentro do site, quando foi criado o site, a intenção era você quebrar padrões. Tem aquela história de ser a Vogue punk rock. E quem fundou o site, a Missy, ela tem uma ideia feminista de você se empoderar, tipo, não ter vergonha do seu corpo e todas essas coisas. Então eu me apego mais nesse sentimento. Eu sei que hoje já mudou muito. Porque há uns dez anos atrás, as meninas eram muito mais agressivas no estilo. Hoje não. Hoje elas tentam se encaixar num padrão meio Lolita, padrões que na verdade é mais para agradar os caras, que é a ideia contrária do começo, né. A ideia contrária era não querer agradar ninguém. Hoje já não é a mesma ideia.

Pesquisadora: Tu acha que isso mudou por que? Que houve essa mudança no comportamento das próprias Suicide Girls. Por que? Como é que tu avalia isso?

Participante 4: Eu acho que um pouco da fama por like, né. Porque hoje tudo você vê em número. Uma pessoa que agrada mais tem um milhão. Uma pessoa que se posiciona mais tem cem mil. Acho que chama atenção. Sobe pra cabeça. Seria, sei lá, um capitalismo do like. Entendeu? Então eu não acho tão positivo você ter, sei lá, um milhão de seguidores e ser 80% um monte de cara mané. Mas hoje, se você prestar mais atenção, as meninas mais novas, elas fazem ensaios como se elas fossem até menores de idade, sabe? Por conta do público. E eu não acho que isso seja tão legal. Eu nunca fiz um ensaio com essa estética que eu quisesse parecer mais nova. Ou que eu quisesse parecer menos agressiva. Já cheguei a participar dentro de shootfest e as meninas estarem falando “Ah, faz Maria Chiquinha”, “Usa roupa da Sailor moon” porque os caras gostam de menina com cara de mais nova. Eu falei “não vou querer parecer mais nova. Eu tenho esse perfil e eu vou continuar com esse perfil e se não gostarem, problema deles”. Porque eu já falei que eu faço por hobby. Eu não busco nenhum retorno financeiro. Então, por mim, agradecer ou não agradecer, eu não ligo.

Pesquisadora: Na verdade dá, mas dá mais ou menos para manter algumas posições mais feministas dentro da plataforma, então. Mais em relação a postura das meninas que querem ser influenciadoras digitais. É isso?

Participante 4: Sim. Quando a pessoa consegue separar o site do *Instagram*. Porque tem muita gente que conhece o *Instagram*, mas não conhece o site. Dentro do site é outra coisa. E o *Instagram* é um público aberto. É um público do mundo inteiro. Dentro do site... se você entra no site vai ter hoje o número atualizado de quantos membros têm. Existem ativos, né. E dentro do site tem menina gorda, tem menina negra, tem menina até amputada. Então é uma questão de... lá dentro é outro público. Então dentro do site eu consigo ter essa postura. Eu fiz um ensaio que eu não acho que seja revolucionário, mas, se eu fizesse para o *Instagram*, eu tenho certeza que as pessoas não iam gostar. Eu fiz um ensaio com calcinha bege de poliamida. Que eu falei “ah, eu não ligo para isso”. Dentro do site, gostaram. Já no *Instagram*, o pessoal não foi muito com a cara porque é um público mais mainstream, sabe? E eu fiz mais para a estética do site com as pessoas que estão acostumadas com coisas diferentes. Então, se você souber separar site de *Instagram*, você consegue manter uma postura. No *Instagram* já não dá. No *Instagram* você vai ter que lidar com todo aquele povo do mundo inteiro, e um monte de perfil fake, também.

Dentro do site você não tem perfil fake. As pessoas tem uns nicknames esquisitos, mas não é fake. É uma pessoa vinculada a um cartão de crédito real. Então não tem esse negócio de ter fake lá dentro.

Pesquisadora: Então, na verdade o que acontece é que tu tem um mundo mais regrado, mais “civilizado” dentro do site e quando se vai para *Facebook, Instagram*, baixa um pouquinho o nível de seguir essas normas de convivência um pouco mais avançadas, digamos assim... É isso?

Participante 4: Aham. Isso.

ANEXO 2 – ENTREVISTA COM MISSY SUICIDE

Pesquisadora: In terms of market strategy, what is the main purpose of live broadcasts by *Facebook*?

Missy Suicide: It gives the models an opportunity to connect with fans. The girls who have the "set of the day" on *SuicideGirls* get an opportunity to share their excitement and thanks with the community who appreciated them being uniquely themselves enough to allow them the opportunity to be recognized.

Pesquisadora: If *Facebook* did not prohibit nude live broadcasts, would the company encourage *SuicideGirls* to show parts of their body that they currently cannot? If not, why?

Missy Suicide: No, we wouldn't encourage the girls to do anything that they didn't want to do. *SuicideGirls* is about girls being comfortable and confident with their bodies and themselves as a whole. The *Facebook* streams give them the opportunity to express themselves and their gratitude to the community. There are other outlets where they can express themselves in a NSFW way. Each platform serves a unique purpose and the *Facebook* community is not there for nudity in the same way that the Tumblr audience is not looking for political opinions.

Pesquisadora: Does the company *SuicideGirls* have feminism as part of its philosophy? Because?

Missy Suicide: Yes. *SuicideGirls* is about celebrating the woman as a whole, embracing the entire being. What some people think makes us weird or strange or fucked up we think makes us beautiful. It is also about finding a community of likeminded women and being supportive of each other not competing over stupid things that have a false sense of scarcity like boys or jobs. Make your own way in the world and don't accept less than you deserve.

ANEXO 3 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a) em uma pesquisa. Após ser esclarecido(a) sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte deste estudo, assine ao final deste documento, que está em duas vias. Uma delas é sua, e a outra do pesquisador responsável.

Informações sobre a pesquisa:

Título do projeto: Pornografia, Feminismo e Interação por Streaming de Vídeo: as *SuicideGirls* no *Facebook*

Pesquisador Responsável: Prof. Dr. Alex Fernando Teixeira Primo

Telefone para contato: (51) 3308-5264

Telefone CEP/UFRGS: (51) 3308-3738

E-mail para contato: aprimo@ufrgs.br

Pesquisadores participantes: Alex Fernando Teixeira Primo e Marjulia Angonese

Na pesquisa que estamos propondo, pretendemos investigar se elementos de ideologias feministas e de poder estão presentes nas transmissões de vídeo realizadas pelas modelos *SuicideGirls* no *Facebook* e quais concepções relativas à autonomia feminina se manifestam em seus discursos. O objetivo principal do projeto, portanto, é compreender as manifestações, nos discursos das entrevistas e dos vídeos analisados, das ideologias feministas e de poder nas performances das modelos. Para isso, pretende-se desenvolver uma investigação empírica, em que serão realizadas entrevistas com participantes modelos *SuicideGirls*. Durante as entrevistas, estes participantes serão convidados a falar sobre seus sentimentos em relação às práticas envolvidas nas atividades enquanto colaboradores do site *SuicideGirls* e redes sociais ligadas à empresa.

As informações coletadas em videoconferência ou chamada de áudio pelo aplicativo *Whatsapp* serão utilizadas somente para propósito acadêmico, com a finalidade de consulta para construção da redação desta pesquisa. Como em todas as pesquisas que envolvem participantes, é preciso considerar a existência alguns riscos, dentre os quais entendemos que o principal seja um possível constrangimento dos respondentes em falar sobre suas concepções relacionadas às práticas em ambiente digital. Os pesquisadores, no entanto, comprometem-se com a responsabilidade de manter esses riscos ao mínimo e não irão manter contato com os participantes após a realização da entrevista.

Em contraposição, como benefícios, entende-se a importância de estudar uma faixa etária jovem, com contribuições para a área, como compreender as ideologias que permeiam actantes da internet com influência junto aos demais nós das redes sociais digitais. Isso porque o estudo pretende identificar quais são as pressões sofridas pelos sujeitos para o exercício pleno de suas atividades sociais e quais mecanismos externos

influenciam na subjetivação desses seres, imersos na complexa trama ideológica que compõe a modernidade tardia.

O anonimato de todos os participantes envolvidos também é assegurado, a não ser que o próprio participante queira que conste seu nome ou codinome no texto final da dissertação. No documento da dissertação, os nomes dos participantes serão preservados, a fim de garantir a sua privacidade. No caso da necessidade de utilização de imagens como ilustração, só serão publicadas as que não fizerem menção direta ao entrevistado. Fica garantido, também, o direito do entrevistado de desistir de sua participação a qualquer momento. Por fim, os pesquisadores se comprometem em preservar os dados coletados nessa pesquisa pelo período de cinco anos, após o qual estes serão destruídos, física e digitalmente. Sua participação é extremamente importante para que se possa refletir acerca dos objetivos dessa pesquisa, e certamente trará contribuições significativas para os campos de Comunicação e Informação e da cibercultura. Esclarecemos também que, ao participar deste estudo, você não terá nenhum um tipo de despesa, bem como nada será pago por sua colaboração, ficando as informações dadas de sua plena responsabilidade.

Assinatura do Pesquisador

**CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO
PARTICIPANTE**

Ao concordar com esse termo, estou ciente de que fui informado (a) de forma clara e detalhada dos objetivos e da justificativa do presente projeto de pesquisa. Tenho conhecimento que receberei respostas a qualquer dúvida sobre os procedimentos relacionados com a pesquisa. Entendo que não serei identificado e que meus dados de identificação se manterão sob acesso restrito dos pesquisadores, sendo as informações por mim prestadas de caráter confidencial. Concordo em participar deste estudo, bem como autorizo, para fins exclusivamente desta pesquisa, a utilização das informações obtidas.

Eu, _____,
concordo com a minha participação neste estudo, como participante. Fui devidamente informado e esclarecido pelos pesquisadores sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer prejuízo.

Local e data: _____, ____/____/____

Assinatura do participante