

**Eu pornô em rede: apontamentos sobre comunidades
de consumo de autopornografia no Twitter**

*I porn on network: notes about self-pornographic
consumption communities on Twitter*

Allyson Darlan MOREIRA¹
Alexsandro Galeno Araújo DANTAS²

Resumo

Este artigo apresenta resultados de uma pesquisa de doutorado sobre práticas autopornográficas em comunidades virtuais no Twitter. O termo autopornografia é compreendido aqui como atualização da ideia de pornografia amadora, reflexo da pornificação do cotidiano e da apropriação de dispositivos técnico-informacionais para autoagenciamento dos produtores autônomos de pornografia. Do ponto de vista metodológico, procuramos desenvolver uma pesquisa netnográfica de modo a identificar as dinâmicas de interação e as relações sociais estabelecidas nas comunidades de autopornografia, bem como observar as atitudes expressas por seus membros e as discursividades produzidas em torno do corpo, do desejo e das práticas sexuais.

Palavras-chave: Pornocultura. Práticas autopornográficas. Redes sociais digitais.

Abstract

This article presents the first results of an ongoing doctoral thesis on self-pornographic practices in virtual communities on Twitter. The term autopornography is understood here as an update of the idea of amateur pornography, a reflection of the pornification of our society and the appropriation of technical-informational devices for self-agency by autonomous pornography producers. We use the netnographic method to identify the dynamics of interaction and social relations established in autopornography communities, as well as to observe the attitudes expressed by its members and the discursiveness produced around the body, desire and sexual practices.

Keywords: Pornoculture. Autopornographic practices. Digital social networks.

¹ Doutorando em Ciências Sociais (PPgCS/UFRN). Membro do Marginália - Grupo de Estudos Transdisciplinares em Comunicação e Cultura (UFRN). E-mail: allysonjornalista@hotmail.com

² Doutor em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2002). Professor do Instituto Humanitas da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Membro do Marginália - Grupo de Estudos Transdisciplinares em Comunicação e Cultura (UFRN). E-mail: alexgalenno@gmail.com

Introdução

O regime contemporâneo de visibilidade tem transformado profundamente as experiências sexuais e suas mais diversas formas de apropriação pela indústria pornográfica, que no início dos anos 2000 ainda concentrava suas receitas nas vendas físicas de revistas, fitas VHS, DVDs e no licenciamento para exibição em canais fechados de televisão pelo mundo. A popularização crescente do acesso à internet, sobretudo nos grandes centros urbanos, e da mediação cada vez mais intensa das relações sociais por dispositivos digitais de comunicação, por sua vez, promoveram um rearranjo profundo na indústria pornográfica mundial, adaptando-se à predominância da produção amadora compartilhada em rede, a pirataria e o consumo gratuito por meio de *streaming*.

Mais do que uma recepção “passiva” do auge da era da radiodifusão, de meados da década de 1950 e início dos anos 2000, a audiência assume uma posição ativa no consumo dos produtos midiáticos, não só por meio da interação direta com o emissor, mas também na interação com outros consumidores em fóruns e comunidades de fãs, repercutindo, remixando e expandido o universo ficcional, apropriando-se das linguagens das mídias tradicionais, como rádio, a televisão e o cinema. É o que Henry Jenkins (2009) aponta como reflexo da *cultura da convergência*, em que o fluxo de conteúdo se dá através de múltiplas plataformas, com cooperação entre os múltiplos mercados midiáticos e comportamentos migratório do público, em busca das experiências e entretenimento que deseja.

De antemão, vale considerar, que não nos propomos discorrer aqui sobre a pornografia enquanto somente produto associado à indústria pornográfica e deslocada de seu sentido mais amplo. O que nos importa é analisar a pornografia enquanto produtora de sentido, incorporada nas mais diversas práticas cotidianas e no imaginário social, e como regime de transparência (HAN, 2017), que vai operar sobre a lógica de hiperexposição dos sujeitos nas redes sociais digitais. Neste sentido, adotamos como perspectiva analítica, dentre outros, o conceito de *pornocultura* desenvolvido por Claudia Attimonelli & Vincenzo Susca (2017) que engloba, além de produtos midiáticos, toda uma gama de produtos e serviços voltados ao prazer sexual. Para os autores, a *pornificação do cotidiano* é resultado de uma cena convulsionada de superexposição pornográfica por toda a parte, refletindo não apenas um consumo massivo do pornô midiático, mas nas práticas cotidianas de socialidade, na transparência das imagens hiperexpostas nas redes

sociotécnicas, na produção de uma didática em torno da sexualidade e dos papéis de gênero, bem como na construção de um corpo voltado para o desempenho performativo por meio de procedimentos médicos, farmacológicos e dietéticos. A pornocultura para Attimonelli & Vicenzo, portanto, atua como “eixo simbólico, um paradigma estético e uma sensibilidade difusa de nosso tempo e do contexto ocidental” (p. 8).

O conceito de pornocultura de Attimonelli & Susca dialoga diretamente com o conceito de *farmacopornografia* desenvolvido por Paul B. Preciado (2018), e com a noção de *transparência* em Byung-Chul Han (2017). Para Paul B. Preciado, “o termo se refere aos processos de governo biomolecular (fármaco-) e semiótico-técnico (-pornô) da subjetividade sexual, dos quais a Pílula e a *Playboy* são dois resultados paradigmáticos” (p. 36). Portanto, a pornificação do cotidiano está associada não apenas ao consumo pornográfico excessivo, mas também a toda oferta da indústria farmacêutica, médica, publicitária, da moda, das academias de musculação, dos procedimentos estéticos e nutricionais voltada para a melhora do desempenho físico, sexual e a (re)construção biotecnológica do corpo na busca pela conformidade *pornoerótica* que constrói e é construída enquanto padrão normativo no imaginário social.

O termo autopornografia é compreendido aqui como atualização da ideia de pornografia amadora (*amateur*) enquanto oposição à produção profissional de estúdio, uma vez que a apropriação da linguagem cinematográfica do gênero pornô e de dispositivos técnico-informacionais de registro audiovisual, de edição e distribuição têm permitido que sujeitos comuns, fora do circuito comercial, produzam filmes caseiros também com alta qualidade técnica e alcance de público, mas preservando o caráter testemunhal, informal e realístico que se popularizou com o subgênero pornô amador. A prática autopornográfica vai se caracterizar também pelo autoagenciamento dos sujeitos na difusão do conteúdo produzido, não mais restritos às plataformas tradicionais de pornografia que funcionam como “*Youtube* do pornô”, como *Pornhub*, *Xvideos* e *RedTube*, os três mais acessados do segmento. A base de sua capilarização será as redes sociais digitais *Twitter*, *WhatsApp*, *Facebook*, que oferecem ferramentas diversas de interação com diferentes públicos, distribuídos em comunidade de interesse baseados em gênero, orientação sexual, fetiches, temáticas e categorias específicas popularizadas pela pornografia.

A partir de rastros digitais e indicações de alguns interlocutores inseridos nas redes de autopornografia aos quais tivemos acesso, entre eles consumidores e/ou produtores de

conteúdo, realizamos um mapeamento preliminar que permitiu ir a campo realizar as primeiras aproximações, ao longo de quatro meses do segundo semestre de 2019. Do ponto de vista metodológico, procuramos desenvolver uma netnografia (KOZINET, 2010) nessas comunidades virtuais de consumo de autopornografia no *Twitter* de modo a identificar as dinâmicas de interação e as relações sociais nelas estabelecidas, bem como observar as atitudes expressas por seus membros e as discursividades produzidas em torno do corpo, do desejo e das práticas sexuais. Por trazer dados e análises de uma pesquisa ainda em curso, este artigo representa um retrato analítico preliminar de um momento da investigação, ainda que já ofereça apontamentos relevantes para o campo dos estudos culturais, especialmente aqueles voltados ao *porn studies* (estudos de pornografia).

Autopornografia no Twitter

Plataformas de redes sociais muito populares no Brasil como *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* e *TikTok* possuem políticas de privacidade e termos de uso que proíbem estritamente o compartilhamento de conteúdos considerados sensíveis, dentre os quais a pornografia. O *Twitter*, por sua vez, tem sido mais flexível nesse sentido, prevendo em seus Termos de Serviço e Política de Privacidade³, documento que trata das regras da plataforma, a possibilidade dos usuários compartilharem conteúdos pornográficos. Para que não sejam punidos, os usuários precisam colocar seus perfis no modo “privado”, em que apenas os seguidores têm acesso aos conteúdos compartilhados. A postagem de pornografia por perfis que estão no modo “público”, abertos para não-seguidores, é passível de punição, que pode levar desde a exclusão do conteúdo até à suspensão permanente do usuário, especialmente se reincidente. Com essa flexibilidade em relação às outras plataformas, o *Twitter* se tornou um campo fértil para o compartilhamento e consumo de autopornografia.

Identificamos no *Twitter* uma vasta rede de usuários que compartilham fotos de nudez do próprio corpo ou vídeos de atos sexuais nos quais participam, além de conteúdo produzido por outros usuários, flagras de pessoas em situações de cunho sexual em locais públicos, bem como perfis criados apenas para acompanhar essas publicações. Os perfis

³ Disponível em: <<https://help.twitter.com/pt/using-twitter/periscope-terms>>. Acesso em 10 julho de 2019.

compõem uma vasta rede que se distribui em comunidades⁴ de interesse, a partir de fetiches, gêneros, orientações sexuais, etnia e localidade. Ao identificarmos um usuário que se enquadrava no recorte proposto pela pesquisa⁵, acessávamos seus seguidores e seguidos para encontrar outros, e assim sucessivamente. Estratégia semelhante realizávamos em perfis que funcionam como páginas de conteúdo⁶: uma página de autopornografia heterossexual feminina, por exemplo, nos permitia ter acesso a um vasto número de perfis de usuários heterossexuais que a seguiam. Assim, fomos encontrando centenas de perfis com propósitos e finalidades mais diversas, e os dividimos em dois grandes grupos, a partir de estilos de afiliação e participação na rede, cada qual também com suas respectivas subdivisões. Os usuários se dividem entre aqueles que são predominantemente “consumidores” de conteúdo autopornográfico e os “produtores”, mais focados em alimentar a rede com conteúdos de interesse das comunidades. As fronteiras entre consumidores e produtores, contudo, são borradas. Um usuário que produz também consome, bem como um consumidor de autopornografia pode, eventualmente, ter interesse em produzir conteúdo e compartilhar.

Os consumidores que participam das comunidades de autopornografia no *Twitter* se dividem em dois subgrupos, que determinamos, a partir das nossas observações, pela intensidade e a qualidade das interações que eles estabelecem com os produtores seguidos e os demais consumidores. O primeiro subgrupo nomeamos como *não sociáveis*. São aqueles que se integram à comunidade apenas seguindo produtores, mas sem interagir com eles por meio de mensagens, comentários, doações em dinheiro e assinaturas de conteúdo exclusivo via *OnlyFans*⁷. Os não sociáveis costumam adotar um comportamento mais discreto na rede e dificilmente compartilham conteúdos seus e de terceiros. O outro subgrupo de consumidores nomeamos de *socializadores*, pois, diferentes dos não sociáveis, comentam as publicações dos perfis de autopornografia que

⁴ Para Raquel Recuero (2014), “a estrutura básica da comunidade na rede social é aquela de um *cluster*, ou seja, de um aglomerado de nós com maior densidade de conexões” (p. 135).

⁵ Produtores e consumidores de autopornografia, excluindo-se, portanto, perfis voltados para pornografia profissional associada à indústria pornográfica.

⁶ Como páginas de conteúdo nomeamos os perfis que não assumem uma identidade pessoal ou avatar, dedicados estritamente a compartilhar conteúdo.

⁷ Plataforma que oferece serviço de assinatura de conteúdo digital. Popularmente utilizado pelos produtores de autopornografia para a venda de conteúdos exclusivos.

seguem, contribuem indicando postagens e enviando fotos recebidas em outras plataformas, e estabelecem um vínculo forte com os produtores, os quais, por vezes, são vistos como ídolos, especialmente quando o perfil retrata uma personalidade do pornô.

Em ambos os subgrupos de consumidores, os perfis são predominantemente *fakes*, ou seja, são perfis falsos que utilizam fotos de outras pessoas ou com identificação parcial (só uma parte do corpo como barriga, nádegas, peitoral ilustra a foto de perfil) de modo a não revelar suas reais identidades. Os *nicknames*, portanto, também costumam servir a esse propósito, e geralmente evidenciam alguma característica física e de personalidade, de localidade ou de preferências sexuais: “Paulista 22cm Ativo”, “Reginaldo RJ”, “Rafael Dotado RN Atv”.

Já os *produtores*, por sua vez, são usuários que também consomem autopornografia, mas que passaram a compartilhar seus próprios conteúdos na rede, sejam registros deles mesmos ou de terceiros. Esse grupo, assim como os *consumidores*, é dividido em subgrupos: os *exibicionistas*, *mineradores* e *caçadores*. Os exibicionistas são aqueles que, como o próprio nome sugere, exibem a si próprios em momentos íntimos como sexo, masturbação e banho, e fazem fotos de cenas de nudez. Nesse subgrupo há usuários que se expõem gratuitamente, apenas por fetiche ou por gostar de compartilhar com outras pessoas suas experiências sexuais e acumular seguidores, e também aqueles que usam seus perfis para atizar a curiosidade dos seguidores e levá-los a pagar por seus conteúdos exclusivos no *OnlyFans*, ou mesmo para serviços sexuais, no caso dos garotos de programa.

Os produtores que denominamos mineradores, por sua vez, são aqueles usuários que apreciam pornografia e se especializaram no assunto, geralmente possuindo um vasto banco de fotografias e vídeos. Seus perfis funcionam como páginas de conteúdo, na maioria das vezes segmentadas, primeiramente, por gênero e, partir disso, em fetiche, temas e categorias, como gay, lésbico, amador, asiático, *gangbang* (no Brasil, popularmente conhecido como suruba ou sexo grupal), *fisting* (prática de inserir uma das mãos ou antebraços no ânus), dentre outros. Quando o perfil cresce e passa a acumular muitos seguidores, é comum que receba, por meio da caixa de entrada, pedidos de usuários para que divulgue suas imagens.

Por fim, entre os produtores há aqueles que denominamos de caçadores, especializados em fazer flagras de pessoas em situação de nudez, parcial ou totalmente, proposital ou intencionalmente, em locais públicos tais como vestiários, banheiros,

provadores de roupa, dentre outros. Os caçadores são geralmente pessoas que costumam fazer pegação⁸ e sabem quais os locais mais propícios para essa prática. Eles dominam da técnica de filmagem com câmera escondida e participam de grupos no *WhatsApp* de pessoas que marcam encontros coletivos de pegação. Nesses espaços, eles “caçam” flagras para postar em suas redes sociais.

Nos três subgrupos de produtores foram identificadas iniciativas de diferentes denominações de orientação sexual e de gênero. Contudo, prevalece a visão masculina sobre a produção pornográfica, tanto homo quanto heterossexual, e são os homens a maioria de produtores e de consumidores desse tipo de conteúdo no *Twitter*. Essa predominância masculina entre o público consumidor de pornografia no *Twitter* se coaduna com os dados obtidos pela pesquisa do *Instituto Quantas*, e divulgados pelo portal de notícias *GI* (MURARO, 2018, on-line), em que 22 milhões de brasileiros assumem consumir pornografia, dos quais 76% são homens e apenas 24% mulheres. A conclusão da pesquisa, destacada na reportagem do *GI*, aponta que para as mulheres a pornografia é encarada como algo mais funcional, utilizada para apimentar a relação com o parceiro ou parceira, na preliminar – para a “ativar a relação” – ou buscar inspiração para incrementar a performance na cama.

Entre as mulheres, predominam na prática autopornográfica no *Twitter* aquelas que já trabalham como garotas de programa e utilizam o site de rede social para cativar novos clientes, seja para o sexo presencial (no sentido da presença atômica, face a face) ou virtualmente por meio de plataformas de sexo virtual pago como o *Câmera Privê* e o *Cam4*. As poucas que atuam na rede sem ter ligação com prostituição ou qualquer outra prática de monetização de atos sexuais *on-line* foram identificadas, em sua maioria, em perfis vinculados a casais, predominantemente administrados por homens. São eles que narram e expõem suas esposas na perspectiva de câmera subjetiva, expondo seus corpos e as mostrando em posição de passividade durante a penetração do sexo anal, vaginal e oral. Entre esses casais heterossexuais, as mulheres costumam usar máscaras e pseudônimos, de modo a não revelarem suas identidades – salvo se trabalharem com prostituição ou com venda *on-line* de conteúdo pornográfico. Já entre os homens, sejam eles heterossexuais ou homossexuais, prevalece a exposição de seus nomes e rostos, bem

⁸ Termo muito utilizado nas comunidades de consumo autopornográfico para descrever a prática sexual que se dá em locais públicos.

como de informações quanto ao trabalho que exercem fora das redes de autopornografia, região onde residem e locais que frequentam.

Essa disposição em que os gêneros masculinos e femininos se encontram nas redes de consumo e produção de pornografia, seja autopornográficas ou não, se assemelha ao cenário descrito por María Elvira Díaz-Benítez (2010) sobre o recrutamento de atores e atrizes para a produção de filmes pornográficos brasileiros. Segundo relatos e entrevistas realizadas com recrutadores, a antropóloga explica a dificuldade dos estúdios em encontrar mulheres dispostas a gravar filmes pornô, mesmo entre as que são garotas de programa.

Sob as mulheres, segundo aponta Díaz-Benítez (2010), o peso do estigma e das sanções morais fazem com que elas sejam mais discretas, de modo que a superexposição em rede não afete suas relações familiares, de vizinhança e outros ofícios que porventura exerçam ou venham a exercer. Já os homens heterossexuais, dentro das regras sociais, são privilegiados nesse aspecto e não recebem o mesmo tipo de cobrança e punições que são previstas para as mulheres. Por sua vez, homens gays e pessoas trans, já tendo esgarçado os limites morais atribuídos aos papéis de gênero, da heteronormatividade e os padrões de sexualidade socialmente aceitos, não enfrentam, na pornografia, empecilhos morais maiores que já não tenham sido travados junto aos seus familiares, amigos e a sociedade como um todo. Essas relações de gênero na prática autopornográfica, portanto, são importantes porque evidenciam alguns aspectos que vão determinar a forma como cada um dos sujeitos vai atuar na rede.

A construção do avatar e a performance no on-line

Nas redes digitais em que as comunidades de produção e consumo autopornográficos se estabelecem, os usuários do *Twitter* constroem representações de si mesmos por meio de perfis que utilizam estratégias performáticas com elementos audiovisuais, textuais (por vezes associados à linguagem cibernética como *emojis*, *GIFs* e *links*) e relativos aos mecanismos disponíveis na interface da plataforma. Esses perfis que os representam digitalmente são denominados avatar, que inicialmente na computação e nos estudos de cibercultura dizia respeito à representação gráfica de um jogador em ambiente *on-line*, mas que atualmente também engloba todo perfil de usuário em sites de redes sociais na internet e aplicativos. O avatar é parte constituinte da

performance dos sujeitos nesse ambiente e implica novas modalidades das experiências de sociabilidade na sociedade contemporânea.

Conforme explica Erika Oikawa (2013), as condutas performáticas dos sujeitos em ambientes *on-line* afetam as dinâmicas relacionais, ou seja, as práticas, motivações e interações estabelecidas, bem como afetam também os processos de construção identitária e de constituição do *self*. Os sites de redes sociais e blogues permitem um grau de sociabilidade que se diferencia daquela exercida face a face, sem a mediação de dispositivos digitais de comunicação, uma vez que oferecem mais ferramentas de autocontrole da projeção social e de manutenção de laços sociais baseados em interesses afins. Ainda segundo a autora, as discussões teóricas sobre a performance dos sujeitos e a relação entre exposição e intimidade decorrem das primeiras pesquisas sobre o universo dos *blogs*, particularmente aqueles do gênero pessoal autorreflexivo (PRIMO 2011 *apud* OIKAWA, 2013).

Como fundamento do conceito de performance nos baseamos na metáfora de representação teatral de Erving Goffman (2007) segunda a qual, na sociedade, as pessoas agem como atores em um palco, interpretando diferentes papéis na tentativa de controlar as impressões em relação às outras e alcançar seus propósitos. Nesse palco, ainda de acordo com Goffman, algumas atitudes são simulações. “Presume-se que a vida apresenta coisas reais e, às vezes, bem ensaiadas. Mais importante, talvez é o fato de que no palco um ator se apresenta sob a máscara de um personagem para personagens projetados por outros atores”, explica (p. 9).

A expressividade do indivíduo (e, por tanto, sua capacidade de dar impressão) parece envolver duas espécies radicalmente diferentes de atividade significativa: a expressão que ele transmite e a expressão que emite. A primeira abrange os símbolos verbais, ou seus substitutos, que ele usa propositalmente e tão só para veicular a informação que ele e os outros sabem estar ligadas a esses símbolos. Esta é a comunicação no sentido tradicional e estrito. A segunda inclui uma ampla gama de ações, que os outros podem considerar sintomáticas do ato, deduzindo-se que a ação foi levada a efeito por outras razões diferentes da informação assim transmitida. [...] esta ação distinção tem apenas validade inicial. O indivíduo evidentemente transmite informação falsa intencionalmente por meio de ambos estes tipos de comunicação, o primeiro implicando fraude, o segundo em dissimulação. (GOFFMAN, 1975, p. 12)

Nas redes de autopornografia, a performance é a própria encenação pornográfica e, como em um palco, só tem razão de existir perante o público (OIKAWA, 2013, GOFFMAN, 2007). Os comentários associados aos vídeos e fotos, legendas e títulos, assim como as narrativas dos atos sexuais feitas pelos produtores do conteúdo são elementos que ajudam a construir a atmosfera pornoerótica no consumo e produção de autopornografia no *Twitter* – mas não menos imprescindível é a participação do público nesse processo de construção performática. Assim, tanto os profissionais do sexo e monetizadores de conteúdo sexual quanto os exibicionistas e administradores de páginas que atuam sem remuneração precisam conciliar o domínio das estratégias de engajamento da audiência no *Twitter* com ações mercadológicas já consolidadas no mercado pornográfico, ainda que intuitivamente adquiridas por eles pela experiência de consumo, como a construção sugestiva dos títulos das obras, a composição das capas dos DVDs e a narrativa envolvente.

Segundo um interlocutor que administra uma página de autopornografia gay, a forma como se narra o conteúdo compartilhado, mesmo que ficticiamente, é o que mexe com a imaginação dos seus seguidores. No material que divulga, o *feedback* do público, quantificado em curtidas, compartilhamentos e comentários, é sempre maior quando o conteúdo publicado sugere a participação de um ou mais homens heterossexuais em sequência de sexo gay. “Sexo de flagras em banheiros públicos ou qualquer outro lugar público tem bastante visualizações. Mas acredito que o preferido seja o vídeo com homem de aparência masculina/heteronormativo que atua como ativo e outro, com a aparência afeminada, como passivo”, disse em entrevista realizada por *WhatsApp*. Ao fazerem uso de categorias temáticas muito populares no imaginário pornô como “brotheragem” (sexo entre homens que se reconhecem como heterossexuais), novinho/novinha (jovem pro volta dos 18 anos ou aparente que faz sexo com pessoas bem mais velhas), infidelidade, flagra, inter-racial e de relação patrão/empregado, dentre tantas outras, os administradores de perfis nas redes de autopornografia no *Twitter* demonstram se apropriar de práticas mercadológicas adotadas pela indústria pornô no que diz respeito à tematização das produções.

No *Twitter*, independente do propósito dos exibicionistas, a prática autopornográfica costuma ser baseada nas rotinas de trabalho, lazer e domésticas, ou seja, é o cotidiano sexual e a sexualização do cotidiano. É por meio do compartilhamento da rotina que eles baseiam a performance. “Sextou bebê... aproveita e vem ficar comigo

[três *emojis* de fogo]”, convida Larissa na legenda de uma foto em que aparece de lingerie rosa em frente ao espelho. Em outra imagem, desta vez vestida com *short* curto branco e blusa com barriga à mostra, convida: “ei, bebê, já pensou como vai me pegar hoje?! Tô cheia de tesão. Pepeka piscando pra dar gostoso. Esse shortinho socado só me dá mais vontade. COMPARTILHA, VAI”. Como ato performático que expressa ações cotidianas, a prática de *blogging* expressa no *Twitter* não é o real cotidiano das pessoas que nele atua, mas uma *encenação do cotidiano*, como afirma Máximo (2006):

[...] o que alimenta os blogs é da ordem da experiência cotidiana em toda as esferas em que ela se realiza, mas tudo o que é contado é, na verdade, *performatado* de modo a se tornar compartilhável num contexto marcado por afinidade, onde o blogueiros se constroem *em e na* relação com o outro e desempenham papéis sociais diferenciados. E a partir desses contextos, onde os blogueiros se ligam entre si por meio de atos de reciprocidade – a troca diária de visitas, comentários e links –, que se consegue alcançar audiências mais amplas e diversificada. Assim sendo, os blogs se constituem numa *maneira de fazer* (Certeau, 1994) associado às demais práticas que compõem a vida cotidiana e que está subordinada às táticas, aos gestos, a uma etiqueta social compartilhada e constantemente negociada em cada contexto específico (MÁXIMO, 2006, p. 15).

Dentro das redes de pornografia, sejam elas autopornográficas ou originárias de estúdios pornô, a heteronormatividade é um valor central na performance sexual masculina, expressa na idealização de um *jeito de ser homem* que não permite identidades não hegemônicas de masculinidades. Em perfis como o de Flávio, a homossexualidade, casual ou recorrente, é por vezes associada ao termo “*brotheragem*”, que no pornô indica sexo entre homens heterossexuais decorrentes de brincadeiras ou desafios entre amigos. Ou seja, há sexo entre dois homens, mas não há reconhecimento da prática enquanto homossexualidade. Entre os atributos do usuário que performatiza o “macho”, Flávio e outros observados adotam barba, pelos no peitoral, exibem-se em momentos de atividade física e, recorrentemente, publicam fotos de feitos sexuais e ressaltando o tamanho do pênis, se não exposto, em bermudas, cueca e sungas (as famosas *malas*, ou *bulge* em inglês). “Koe, posso mamar na brotheragem?” Disse o puto gostoso. Eu: ajoelha e engole esse caralho heheheh”, comentou Flávio na legenda de uma foto compartilhada na sua *time-line*, em que um outro rapaz aparece, em plano fechado, fazendo sexo oral nele.

Para Paula Sibilia (2016), a exposição da intimidade na cultura contemporânea, expressa mais comumente hoje nos sites de redes sociais na internet, é baseada em um imperativo da visibilidade que “implica esse súbito resgate do pequeno e do ordinário, do cotidiano das pessoas comuns” (p. 16). O acesso crescente aos meios digitais de comunicação conectados à rede mundial de computadores permitiu uma “explosão de criatividade”, com ganhos substanciais à experimentação estética e política e a “ampliação da possibilidade existenciais” (SIBILIA, 2016). “A atmosfera atual estimula a hipertrofia do eu até o paroxismo, enaltece e premia o desejo de ser diferente e querer sempre mais” (p. 14). Contudo, essa incitação à criatividade, excentricidade e diferença estaria, segundo a autora, produzindo cópias descartáveis do mesmo e revigorando o poder de instrumentalização e captura das forças vitais pelo mercado.

Nas redes de autopornografia no *Twitter*, a lógica de exposição é sempre orientada pelo imaginário farmacopornográfico (PRECIADO, 2018) do ponto de vista estético, do desempenho das performances sexuais e da linguagem do excesso. Vincula-se claramente à lógica do consumo, não somente pelas estratégias traçadas para conquista de mais seguidores e repercussão das postagens, mas por visar, direta ou indiretamente, o retorno financeiro no curto ou médio prazo de acordo com cada projeto individual. Assim, as performances dos sujeitos por meio dos avatares no *Twitter* precisam ser bem desenvolvidas de modo a articular essas diferentes dimensões da prática autopornográfica, como prazer e consumo, e se sobressair em meio a tantas outras.

Considerações finais

Nos primeiros resultados da pesquisa, observamos como o dispositivo pornográfico se expressa nas práticas autopornográficas a partir das representações de padrões valorativos do corpo, do prazer, das relações de gênero e das práticas sexuais que, no pornô, estão associadas ao desempenho, ao realismo e ao excesso (DÍAZ-BENITEZ, 2010). A pornografia amadora como subgênero da indústria do pornô que simula o casual, ordinário, ou como produto caseiro produzido e compartilhado gratuitamente nos “tubes” do pornô se transfigura na era digital em autoagenciamento dos sujeitos nas redes sociotécnicas, mediada por plataformas transnacionais que possibilitam a monetização do compartilhamento. A autopornografia, neste sentido, celebra o pós-amadorismo, a “uberização” da pornografia.

Ao passo que a prática autopornográfica potencializa as experiências sexuais, também representa novas modalidades de captura das subjetividades sexuais pelas lógicas farmacopornográficas. Contudo, buscamos fugir da tentação maniqueísta de ressaltar apenas os supostos efeitos perversos da captura ou celebrar a vertiginosa aventura do novo. Nos interessa a complexidade do fenômeno, os borrões nas fronteiras entre liberação/assujeitamento na prática autopornográfica que tem ganhado as redes sociotécnicas, celebrando a hiperexposição como gozo narcísico da sexualidade mediatizada.

Em plataformas digitais de rede social, há inúmeras ferramentas que favorecem à prática autopornográfica, possibilitam maior alcance, engajamento, participação, autogerenciamento e monetização, bem como a organização dos usuários em comunidades virtuais - cuja dinâmica propicia a construção de laços sociais e capital social (RECUERO, 2014). É assim no *Twitter*, onde desenvolvemos a pesquisa. Todavia, as políticas de privacidade e termos de uso, documentos que regem as condutas nas plataformas de redes sociais, não são claros em relação à permissão da prática autopornográfica, situando-a ora entre o autorizado ora entre o ilícito.

Referências

- ATTIMONELLI, Claudia & VICENZO, Susca. **Pornocultura: viagem ao fundo da carne**. Porto Alegre: Sulina, 2017. 181 p.
- DÍAZ-BENÍTEZ, María Elvira. **Nas redes do sexo: os bastidores do pornô brasileiro**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Trad. De M. C. Santos Raposo, Petrópolis: Vozes, 2007.
- HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Tradução de Enio Giachini. Petrópolis: Vozes, 2017.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2 ed. São Paulo, SP: Aleph, 2009.
- KOZINETS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica on-line**. Porto Alegre, RS: Penso, 2014.
- MÁXIMO, Maria Elisa. **Blogs: o eu encena, o eu em rede – Cotidiano, performance e reciprocidade nas redes sociotécnicas**. Tese (Doutorado em Antropologia Social). Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC. Florianópolis, 2006.

MURARO, Cauê. **22 milhões de brasileiros assumem consumir pornografia e 76% são homens, diz pesquisa.** G1, 17/05/2018. Pop & Arte. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/22-milhoes-de-brasileiros-assumem-consumir-pornografia-e-76-sao-homens-diz-pesquisa.ghtml>>. Acesso em: 10 mar 2020

OIKAWA, Erika. **Dinâmicas relacionais contemporâneas:** visibilidade, performance e interações nas redes sociais na internet. In: PRIMO, ALEX (Org.). Interações em rede. Porto Alegre: Sulina, 2013.

PRECIADO, Paul B. **Testo junkie.** Sexo, drogas e biopolítica na era farmacopornográfica. São Paulo: n-1 edições, 2018. 447 p.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2014.

SIBILIA, Paula. **O show do eu:** a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.