

Sexualidade e virtualização em *Câmera Privê*: sociabilidade, desejo e consumo através da webcam

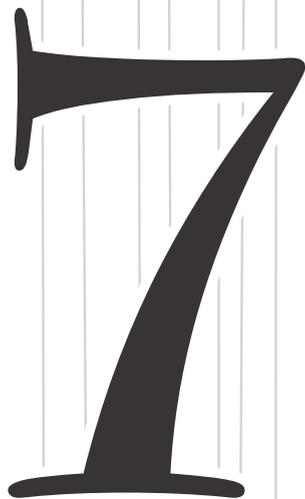
*Sexuality and Virtualization in Câmera Privê:
sociability, desire and consumption through webcam*

Maria Aparecida Ramos da Silva

*Professora no Departamento de Comunicação Social da UFRN
e Doutoranda em Ciências Sociais – UFRN*

Allyson Darlan Moreira da Silva

*Mestrando no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia
da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM-UFRN)*



Resumo

O presente trabalho busca discutir sobre as implicações do processo de virtualização das relações sexuais na sociedade contemporânea a partir do *site Câmera Privê*, mundialmente utilizado para práticas sexuais virtuais através do uso de *webcams*. Considerando a virtualização da interação social como uma consequência da midiaticização, o corpo na sociedade atual encontra no progresso tecnológico, que alcança níveis de profundas mudanças sociais e econômicas, novas possibilidades de experiências sexuais entre os sujeitos, motivadas, entre outros fatores, por desejos e/ou interesses financeiros. Este artigo é parte de um estudo mais amplo em desenvolvimento, que utiliza a netnografia e a técnica da observação não participante como metodologia para uma pesquisa exploratória interpretativa nas janelas de transmissões via *webcam* de modelos do gênero masculino, feminino e transexual no *site* de relacionamento *Câmera Privê*.

Palavras-chave: Virtualização. Midiaticização. Sexualidade. Consumo. *Câmera Privê*.

Abstract

This research discusses the implications of the process of virtualization of sex in contemporary society from the *Câmera Privê* website, used worldwide for virtual sex practices through the use of *webcams*. Considering the virtualization of social interaction as a result of media coverage, the body in contemporary society is technological progress, which reaches levels of profound social and economic changes, new possibilities of experiences between individuals, motivated, among other reasons, desires and / or financial interests. This article is part of a broader study on development, which uses netnography and the technique of non-participant observation as a methodology for an interpretative exploratory research in the windows of transmissions via *webcam* male models, female and transgender in social networking site *Privê* camera.

Keywords: Virtualization. Media coverage. Sexuality. Consumption. *Câmera Privê*.

Introdução

Os avanços tecnológicos do último século promoveram mudanças profundas na sociedade, desde os primeiros inventos que caracterizaram a Revolução Industrial, iniciada na Europa no século XVIII. O processo de urbanização dos, então, centros predominantemente rurais já apontava para uma nova configuração de vida em sociedade, com divisões de classe e trabalho, mudanças no sistema de transporte e uso de máquinas para auxílio ou substituição total do trabalho humano.

Nesse contexto, as relações sociais também passaram por transformações em níveis nunca antes vistos. Com o surgimento de dispositivos digitais de comunicação em massa, as fronteiras territoriais não comportavam a lógica em fluxo de uma sociedade cujo conceito de comunidade já não suporta as premissas dadas às questões geográficas. Vivemos agora em uma sociedade em rede (CASTELLS, 1999), com sensação de comunitarismo em um espaço de visibilidade total, unidos pelo afeto (PAIVA, 2012).

Sem desconsiderar o contexto macro, este artigo busca discutir e lançar uma visão analítica do ponto de vista social para as transformações que dizem respeito às relações humanas motivadas por desejos sexuais mediadas por dispositivos digitais de comunicação. Dessa maneira, se antes as relações sexuais tinham como condição a presença atômica de outrem para a troca de estímulos visuais em tempo real¹ entre duas ou mais pessoas, a internet nos permite fazê-las a partir de *sites* de relacionamento, de forma virtual.

O fetichismo e o voyeurismo², ambos muitas vezes considerados desvios sexuais do ponto de vista psicanalítico e médico, encontram-se agora virtualizados em troca de vídeos em aplicativos de *smartphones*, como *WhatsApp*, em *blogs* com conteúdos pornográficos e em *sites* como o *Câmera Privê*³, que reúne milhares de usuários de *webcams* para produção ou consumo de *shows* de exibicionismo *online* de momentos íntimos de relação sexual ou do todo ou parte de seus corpos. Esses atos, muitas vezes, são permeados por trocas de dinheiro, caracterizando um comércio vultoso que movimenta bilhões

¹ Necessitamos pontuar aqui o uso do termo “em tempo real” como sinônimo de simultaneidade, em contraponto aos estímulos visuais possíveis através de cartas, pinturas e fotografias, em um contexto de trocas simbólicas não mediadas por dispositivos digitais.

² Voyeurismo diz respeito ao prazer sexual exercido pelo estímulo através da observação de uma pessoa no ato de se despir, nua ou em atos sexuais (que não se sabe observada). Já o fetichismo consiste, segundo a psicanálise, num desvio de interesse sexual por fantasias (enfermeira, empregada doméstica, professor), objetos, cenários ou alguma parte do corpo.

³ Disponível em: <<http://www.cameraprive.com>>. Acessado ao longo dos meses de julho e agosto de 2016.

de dólares todos os anos. Estaríamos diante da virtualização da prostituição, prática comercial de serviços sexuais acentuada pela mediação que vivenciamos na modernidade?

A pesquisa foi realizada ao longo dos meses de julho e agosto de 2016, empregando a netnografia como metodologia. Esse é um método de investigação oriundo da etnografia utilizada na Antropologia e que reúne técnicas que “munem o pesquisador para o trabalho de observação, a partir da inserção em comunidades para pesquisa, onde o pesquisador entra em contato intrassubjetivo com o objeto de estudo” (AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 35). Para tanto, utilizamos a técnica da observação não participante, em que o pesquisador observa as comunidades virtuais sem ser percebido, com a “descrição das práticas sociais virtualizadas a partir da observação” (REBS, 2011, p. 89). A pesquisa situa-se no campo da investigação qualitativa, permitindo um tratamento sistemático à análise das informações e dados.

Sexualidade e mídia: da vida privada ao ápice do sexo mundializado

As novas tecnologias da comunicação humana aprofundaram a tendência de mudanças nos relacionamentos interpessoais, potencializando as condições de sociabilidade entre os indivíduos. Aplicativos de relacionamentos como *Tinder*, *Scruff* e *Grindr*, bem como *sites* de namoro e bate-papo, são utilizados diariamente por milhões de usuários em todo o mundo, que buscam nos dispositivos digitais a mediação facilitadora no processo de manutenção de vínculos de amizade e namoro. Muitos desses relacionamentos são constituídos por laços fracos (PRIMO, 2005), sem grande interesse das partes em estabelecer maior grau de intimidade no sentido de estreitamento da relação. No que se trata de relacionamentos com intuítos sexuais ou de namoros, as mídias supracitadas não são por si só a causa da mudança paradigmática que atinge as relações de gêneros e as sexualidades contemporâneas, mas uma nova etapa no processo que se inicia ainda no século XVIII.

As relações entre homem e mulher e seus papéis são construções sociais baseadas em contextos histórico-sócio-culturais diversos, variáveis de acordo com cada sociedade em grau e forma distintos. As transformações tecnológicas e sociais, nas últimas décadas, contribuíram para que a intimidade, as normas de comportamento e as relações de poder entre os gêneros modificassem as práticas sociais contemporâneas. Para Anthony Giddens (1992), em *A Transformação da Intimidade*, as mulheres comuns,

que tratam da vida cotidiana, e os grupos conscientemente feministas exerceram um papel fundamental no que ele denomina de “revolução sexual”, viabilizando conquistas para a democratização da esfera pública e privada e reduzindo diferenças entre os papéis de gênero. Segundo o autor, essas mudanças dizem respeito à “exploração das potencialidades do 'relacionamento puro', um relacionamento sexual e emocional, explosivo em suas conotações em relação às formas preexistentes do poder do sexo” (GIDDENS, 1992, p. 10).

Ainda no século XVII, os casamentos eram motivados predominantemente por interesses econômicos, de modo que os cônjuges funcionavam como espécie de elo entre duas famílias que buscavam fortalecer e dar continuidade aos negócios. Cabia aos pais a escolha de arranjar o casamento “ideal” para seus filhos, não havendo outra saída para estes que não a aceitação.

Na Europa pré-moderna, a maior parte dos casamentos eram contraídos, não sobre o alicerce da atração sexual mútua, mas o da situação econômica. Entre os pobres, o casamento era um meio de organizar o trabalho agrário. Era improvável que uma vida caracterizada pelo trabalho árduo e contínuo conduzisse à paixão sexual. Tem sido relatado que, entre os camponeses da França e da Alemanha no século XVII, o beijo, a carícia e outras formas de afeição física associadas ao sexo eram raras entre os casais casados. No entanto, as oportunidades para os homens se envolverem em ligações extraconjugais eram com frequência muito numerosas (GIDDENS, 1992, p. 49).

Foi somente entre o fim do século XVIII e o início do século seguinte que o casamento deixou de ser realizado apenas por interesses econômicos e passou a ser motivado por laços de afetividade amorosa entre o casal. Nesse período, os ideais de amor romântico foram difundidos na sociedade, proporcionando, segundo Giddens (1992), um significado especial ao vínculo conjugal. O casamento deixa de ser, então, um empreendimento econômico e passa a ser visto como um empreendimento emocional conjunto, de modo que o lar se distingue do ambiente de trabalho e torna-se, em tese, o espaço onde o casal encontra um no outro o apoio emocional, em oposição ao caráter instrumental do ambiente de trabalho (GIDDENS, 1992). O eu e o outro se unem na construção de uma história compartilhada e individualizada, tendo a liberdade e a autorrealização como alicerces da relação, bem como as qualidades do comportamento de cada como fatores imprescindíveis, e não apenas a atração sexual e as motivações da ordem econômica.

O amor romântico introduziu a ideia de uma narrativa para uma vida individual – fórmula que estendeu radicalmente a reflexividade do amor sublime. Contar uma história é um dos sentidos do “romance”, mas esta história tornava-se agora individualizada, inserindo o eu e o outro em uma narrativa pessoal, sem ligação particular com os processos sociais mais amplos. O início do amor romântico coincidiu mais ou menos com a emergência da novela: a conexão era a forma narrativa recém-descoberta (GIDDENS, 1992, p. 50).

Nesse sentido, para Giddens (1992), o amor rompe com a sexualidade, embora ainda faça parte dela, e o caráter do indivíduo se apresenta como uma virtude que passa a distingui-lo como especial.

O autor tece a ideia de amor romântico associada a três conjuntos de influências que afetaram as mulheres a partir do século XVIII. Primeiramente, cita a criação do lar. Com a Revolução Industrial, o trabalho artesanal deu espaço à produção em série de bens e à privatização dos meios de produção de capital. Em uma sociedade predominantemente patriarcal, na qual o homem era o centro da organização familiar e sobre quem recaía a obrigação do sustento da família, o ambiente doméstico pela primeira vez se dissocia do ambiente de trabalho. Ficam estabelecidas, então, marcas distintas entre lar e trabalho (muito embora ainda possíveis de coexistirem). A partir de então, o homem que trabalhava para manter as finanças da casa não podia mais dar conta também das exigências cotidianas demandadas na gestão de um lar. É então que a mulher passa a ter mais autoridade dentro de casa para educar os filhos, gerir os recursos e manter a ordem. Com isso, dá-se a segunda influência tratada por Giddens (1992), a mudança na relação dos pais com os filhos. Para o autor, o controle da mulher sobre os filhos aumentou à medida que as famílias ficavam menores, em função das políticas de incentivo do Estado ao controle da natalidade e das novas condições econômicas desfavoráveis naquele contexto da Europa. Com o número menor de filhos, a mãe passou a dar mais atenção a cada um de seus herdeiros, conhecendo melhor suas fragilidades e exigindo dela equilíbrio emocional. O terceiro momento, por sua vez, foi a “invenção da maternidade”.

A idealização da mãe foi parte integrante da moderna construção da maternidade, e sem dúvida alimentou diretamente alguns dos valores propagados sobre o amor romântico. A imagem da “esposa mãe” reforçou um modelo de “dois sexos” das atividades e dos sentimentos. As mulheres eram reconhecidas pelos homens como sendo diferentes, incompreensíveis – parte de um domínio

estranho aos homens. A ideia de que cada sexo é um mistério para o outro é antiga, e tem sido representada de várias maneiras nas diferentes culturas. O elemento distintamente novo, aqui, era a associação da maternidade com a feminilidade, como sendo qualidades da personalidade – qualidades estas que certamente estavam impregnadas de concepções bastante firmes da sexualidade feminina (GIDDENS, 1992, p. 54).

A associação do caráter materno a uma qualidade intrinsecamente feminina contribuiu para a consolidação social da ideia de “instinto materno”. Foi naturalizado que toda mulher tem em seu percurso de vida a obrigatoriedade do casamento e da gestação, um “dom” próprio de seu gênero. Contrariar tais normas é ir de encontro à “natureza”, rebaixar-se ao *status* de “desnaturada”, perspectiva que passou a mudar somente nos séculos seguintes.

A grande virada que contribuiu para a transformação da intimidade veio com os primeiros métodos contraceptivos e as novas tecnologias reprodutivas, no século XIX. Mais do que o controle da natalidade, que afetou diretamente o tamanho das famílias e resultou em novas configurações citadas anteriormente, a contracepção elevou o sexo à condição de expressão de um desejo que vai além da reprodução. Para as mulheres, o sexo passou a ser livre para assumir outras funções, dando-lhes autonomia e propriedade de si mesmas (GIDDENS, 1992). Nesse contexto, surge o que o autor denominou de “sexualidade plástica”, cujo interesse supera a necessidade de procriação e torna a prática sexual baseada, sobretudo, na atração mútua e na busca pelo prazer carnal.

O casamento como contrato econômico deu lugar à união pelo amor romântico que ainda colocava a sexualidade da mulher sob o domínio masculino. Com o surgimento da sexualidade plástica, agora dominada pelo desejo individual, a concepção da ideia de amor também passou por profundas transformações. A racionalidade conjugal, aqui vista como um contraponto aos idealismos do romance, começou a alçar a objetividade nas relações. Na contemporaneidade, o amor romântico perde espaço para a busca da autonomia sexual, dando lugar ao que Anthony Giddens chama de “amor confluyente”.

O amor confluyente é um amor ativo, contingente, e por isso entra em choque com as categorias “para sempre” e “único” da ideia de amor romântico. A “sociedade separada e

divorciada” de hoje aparece aqui mais como um efeito da emergência do amor confluyente do que como sua causa. Quanto mais o amor confluyente consolida-se em uma possibilidade real, mais se afasta da busca da “pessoa especial” e o que mais conta é o “relacionamento especial” (GIDDENS, 1992, p. 72).

Nessa perspectiva, o amor confluyente democratiza as relações afetivas e reduz as disparidades de poder entre homens e mulheres. A idealização do amor verdadeiro pode, contudo, coabitar o sujeito que se envolve aparentemente em um relacionamento puro (resultado do amor confluyente), mas deixou de predominar na atualidade. A união entre duas pessoas hoje pode se dar por interesses diversos, tais como: econômicos, afetivos e sexuais, ou ainda incluir todos estes. São cada vez mais comuns casais que se conhecem apenas para transar (o que Giddens denomina de “sexualidade episódica”), inimaginável outrora em que a prática sexual somente poderia acontecer após o casamento e apenas para fins reprodutivos.

Nesse contexto, em que os relacionamentos se encontram mais livres, fluidos e democráticos, a emergência de dispositivos digitais que medeiam a busca por namoros, casamentos e sexo sem compromisso encontra a fertilidade para um crescimento vertiginoso e fonte de investimentos bilionários da indústria do entretenimento mundial. O sexo privado ao quarto residencial ou do cabaré⁴ abre as janelas para a pornografia de revistas ilustradas, livros de contos eróticos, filmes adultos, disk sexo e, mais recentemente, aplicativos de namoro e “azaração”, *sítes* de conteúdo pornográfico multimídia e rede sociais na internet de transmissão de vídeos ao vivo com fins sexuais e pornográficos, como o brasileiro *Câmera Privê*.

Cibersexo e pornografia

Por meio do uso de dispositivos digitais como telefones, computadores e aparelhos de rádio e televisão, a virtualização das relações sociais dispensa que interagentes nessa relação mediada precisem estar no mesmo espaço e ao mesmo tempo para que a interação aconteça. Nossas possibilidades de experimentação sensorial com o corpo já não encontram limites claramente definidos. Tais mudanças implicam não mais a concepção da sexualidade pública e privada como outrora, mas a desterritorialização global do corpo de

⁴ Estabelecimento comercial de prostituição de homens, mulheres e transgêneros, geralmente administrado por um cafetão ou cafetina, responsável por agenciá-los e negociar os serviços com os clientes.

um homem simbiótico, biológico e tecnológico ao mesmo tempo (LEMOS, 2015). Homem simbiótico, para André Lemos (2015), seria aquele “conectado biologicamente ao cérebro planetário do cybionte”.

O surgimento de redes sociotécnicas e a mundialização das potencialidades de comunicação e informação introduziram no nosso cotidiano a possibilidade de conexão imediata a um vasto universo de conteúdo produzido e compartilhado por sujeitos individuais e coletivos. Esse processo facilitou ainda mais a produção de conteúdos pornográficos e de dispositivos de interação social com fins sexuais, tendo seu início já no século XIX, com a fotografia e as máquinas de impressão. Naquela época, popularizavam-se na Europa e nos Estados Unidos publicações de revistas e livros ilustrados com modelos nus e em trajes sensuais. No Brasil, em meados de 1870, começavam a fazer enorme sucesso os contos eróticos, principalmente entre os homens. Esse filão editorial passou a representar uma parcela significativa do lucro de várias editoras por muitas décadas, tendo como auge a segunda metade do século XX, com o surgimento de inúmeras publicações, como a norte-americana *Playboy*, em 1953.

A indústria pornográfica ganhou mais força com o cinema, criação dos Irmãos Lumière em 1896, alcançando ainda mais pessoas. O primeiro filme de que se tem notícia no gênero pornográfico é *A Free Ride*, de 1915, que conta a história de um rapaz que oferece carona para duas garotas e, posteriormente, mantém relação sexual com ambas embaixo de uma árvore. As gravações foram realizadas em New Jersey, nos Estados Unidos, e possui cerca de nove minutos de duração, média do gênero nas décadas iniciais. *A Free Ride* foi o pontapé inicial para uma poderosa indústria cinematográfica da pornografia. O maior sucesso comercial do gênero foi produzido em 1972, com *Deep Throat, Garganta Profunda*. O filme estrelado pela atriz Linda Lovelace arrecadou mais de 600 milhões de dólares, cifras surpreendentes até para os *blockbusters hollywoodianos* da atualidade. Na trama, Linda interpretava uma ex-engolidora de espadas que tinha o clitóris na traqueia e utilizava o dom circense para satisfazer os mais diversos desejos sexuais, envolvendo-se com vários homens ao longo da história.

No Brasil, o auge da indústria pornográfica foi na década 1990, com a produtora *Brasileirinhas*, fundada por Luís Alvarenga e que conta com mais de quatro mil títulos em seu portfólio, levando ao estrelato e à fama nacional Kid Bengala, Monica Mattos, Júlia Paes e Morgana Dark, entre outros atores. O sucesso dos filmes, seja em arrecadação, seja em audiência, tornava o gênero atraente para as celebridades que já eram conhecidas da televisão, como

Alexandre Frota, Rita Cadillac, Gretchen, Leila Lopes, Mateus Carrieri, Bruna Ferraz, Márcia Imperator, Marcos Oliver e Regininha Poltegeist.

A passagem da pornografia impressa ao ápice audiovisual não teria sido possível sem a criação do VHS, que permitiu a reprodução em grande escala dos filmes adultos e barateou os custos para aquisição dos longas em locadoras especializadas. Esse auge seguiu até o início dos anos 2000, quando a internet doméstica passou a crescer exponencialmente nos Estados Unidos e Europa e, posteriormente, no Brasil.

O acesso domiciliar à rede mundial de computadores foi um passo crucial para uma reviravolta histórica na pornografia e implicou diretamente a sexualidade contemporânea. Da masturbação ao gozo recíproco mediado, os computadores permitiram uma relação com o corpo mais intensa, em meio à hipersexualização da sociedade do espetáculo promovida pelos meios de comunicação de massa.

Surgem, nesse contexto, *sites* de vídeos e fotos pornográficos como *RedTube*⁵ e *XVideos*, que reúnem em seus catálogos uma infinidade de produções amadoras e comerciais de diferentes países e nas mais diversas variações de gênero, posições sexuais, ambientes e fantasias, explorando o fetiche de uma audiência de milhões de pessoas que acessam diariamente páginas como essas na internet. Outros *sites*, como o *Cam4* e o *Câmera Privê*, permitem muito mais do que o mero acesso ao conteúdo pornográfico disponibilizado, possibilitando para aqueles que acessam produzir seu próprio conteúdo e ganhar dinheiro com isso. Em *Câmera Privê*, os usuários que dispõem do dispositivo de câmera em seus computadores podem transmitir ao vivo uma performance para a audiência do *site*, interagindo e negociando suas apresentações à medida que recebem doações em dinheiro. Os dispositivos de *webcams* dos computadores são as fechaduras de porta que nos permitem o voyeurismo a distância e mundializam as dimensões de nossa cama e de nossos corpos, observados, afetados e em interação possível com várias partes do mundo ao mesmo tempo e sem limitação de pessoas presentes em conexão. Segundo Primo (2015, p. 166), mudamos da pornografia de massa para a pornografia do ciberespaço, tendo em vista que “o cibersexo faz parte desse ambiente onde a inscrição da sexualidade em computadores é parte de uma tendência largamente documentada que as pessoas têm de antropomorfizar os computadores”.

⁵ Disponível em: <www.redetube.com> e <www.xvideos.com>.

Mediatização: o pano de fundo do cibersexo

A virtualização das relações entre as sociedades e destas com o mundo, criando uma dimensão ciber do espaço/tempo, é contemporânea de uma onda de transformações que começam desde as primeiras inovações tecnológicas no transporte. Para Lévy (1996), a invenção de novas velocidades é o primeiro grau de virtualização, criando novos sentidos de temporalidades e espacialidades nas mais diferentes culturas.

Cada forma de vida inventa seu mundo e, com esse mundo, um espaço e um tempo específicos. O universo cultural, próprio aos humanos, estende ainda mais essa variabilidade dos espaços e das temporalidades. Por exemplo, cada novo sistema de comunicação e de transporte modifica o sistema das proximidades práticas, isto é, o espaço pertinente para as comunidades humanas. Quando se constrói uma rede ferroviária, é como se aproximássemos fisicamente as cidades ou regiões conectadas pelos trilhos e afastássemos desse grupo as cidades não conectadas. [...] Cria-se, portanto, uma situação em que vários sistemas de proximidades e vários espaços práticos coexistem (LÉVY, 1996, p. 22).

A virtualização não se trata de um antagonismo ao real, mas é sinônimo de potência. Em uma sociedade onde os corpos são constantemente reconstruídos pela dietética, cirurgias plásticas e fármacos, nossa potencialização da capacidade corpórea intensifica-se com a mediatização, processo em que a mídia se incorpora e é incorporada nas relações sociais em suas mais diferentes esferas de ação. Segundo Lévy (1996, p. 27), “como a das informações, dos conhecimentos, da economia e da sociedade, a virtualização dos corpos que experimentamos hoje é uma nova etapa na aventura de autocriação que sustenta nossa espécie”.

Os meios de comunicação potencializaram nossa capacidade perceptiva do mundo que nos circunda. Nossos sentidos são virtualizados, de modo que os sistemas de telecomunicações claramente externalizam isso (LÉVY, 1996). A televisão potencializa nossa visão, transnacionalmente, criando uma espécie de “olho mundializado” e nos carregando em massa para o mesmo território, ainda que estejamos atômica e espacialmente distantes. “Assim como o telefone potencializa nossa audição e os sistemas de telemanipulações para o tato e a interação sensorio-motora, todos esses dispositivos virtualizam nossos sentidos”, explica Lévy (1996, p. 28).

A projeção da imagem do corpo é geralmente associada à noção de telepresença. Mas a telepresença é sempre mais que a simples projeção da imagem. [...] O telefone, por exemplo, já funciona como um dispositivo de telepresença, uma vez que não leva apenas uma imagem ou uma representação da voz: transporta a própria voz. O telefone separa a voz (o corpo sonoro) do corpo tangível e a transmite a distância. Meu corpo tangível está aqui, meu corpo sonoro, desdobrado, está aqui e lá (LÉVY, 1996, p. 29).

A interação social se vê alterada pelos dispositivos digitais de que dispomos na atualidade, aumentando nossa capacidade de vivenciar experiências com o outro de maneira distante de qualquer outra do passado. A educação supera os limites impostos pelas limitações econômicas e políticas ao levar para lares de milhões de cidadãos aulas a distância, assim como nossa sociabilidade, que resulta da busca por relacionamentos afetivos, encontra em aplicativos de namoro a mediação no encontro da “alma gêmea”. Cada vez mais, introduzimos as mídias no nosso cotidiano e vemos nossa socialização, até então há pouco necessariamente presencial, virtualizada em projeções de *pixels* ou em ondas sonoras.

Para Lévy (1996), intensificamos ao máximo nossa presença física aqui e agora:

Ao se virtualizar, o corpo se multiplica. Criamos para nós mesmos organismos virtuais que enriquecem nosso universo sensível sem nos impor a dor. Trata-se de uma desencarnação? Verificamos com o exemplo do corpo que a virtualização não pode ser reduzida a um processo de desaparecimento ou desmaterialização. [...] a virtualização do corpo não é, portanto, uma desencarnação, mas uma reinvenção, uma heterogênese do humano (LÉVY, 1996, p. 33).

Os avanços tecnológicos dos dispositivos digitais de comunicação contribuíram para a mudança dos hábitos sociais e o surgimento de uma cultura global baseada na linguagem midiática, atravessada em todas as esferas da sociedade – economia, política, família, religião etc. Essa articulação entre mídia e tradicionais instituições sociais é o que teóricos como Muniz Sodré (2009) e Stig Hjarvard (2012) denominam de “mídiatização”. Do ponto de vista das relações sociais, a mídiatização produziu novas perspectivas de sociabilidade e interação, modificando alguns aspectos da vida cotidiana. Em *Antropológica do Espelho* (2009), Sodré explica que o contexto de mídiatização sugere um novo modo de se fazer sentir, um novo *bios* – utilizando

um termo cunhado por Aristóteles em *Ética a Nicômaco*. O filósofo grego distingue três esferas da vida humana: o *bios politikos*, vida política; o *bios theoretikos*, a vida contemplativa; e o *bios apolaustikos*, a vida prazerosa. Para Sodré (2009), a midiática seria o quarto *bios*, o *bios* midiático, em que as tecnologias de informação estariam redefinindo as relações sociais contemporâneas. O autor parte da classificação aristotélica para pensar a midiática como tecnologia de sociabilidade, em que predomina, segundo ele, a esfera dos negócios, culturalmente específica e intitulada de “tecnocultura”. Essa tecnocultura é constituída pelo mercado, meios de informação e dispositivos digitais de comunicação que transformam aspectos da socialização – os quais abordaremos nesta pesquisa.

A midiática é um dos conceitos-chave para compreendermos os processos de mudanças sociais, políticas e econômicas no último século. Stig Hjarvard⁶ (2012) é outro importante teórico que tem trabalhado com esse conceito na atualidade. Para ele, a midiática é um “processo de dupla face no qual a mídia se transformou em uma instituição semi-independente na sociedade à qual outras instituições têm que se adaptar” (HJARVARD, 2012, p. 53). Se, por um lado, a mídia se fortaleceu enquanto importante instituição como a igreja, o Estado e a família, por exemplo, estes, por sua vez, precisaram se adaptar à sua lógica nas relações que os circundam. Segundo Hjarvard (2012), o termo midiática foi usado pela primeira vez para atribuir os impactos dos meios de comunicação à política. A política perde sua autonomia e torna-se independente dos meios de comunicação de massa, moldando-se pelas interações com eles.

[...] os meios de massa ajudaram a transformar uma sociedade agrária e feudal e a criar instituições modernas, tais como o Estado, a esfera pública e a ciência. A comunicação, uma vez vinculada à reunião física de indivíduos, face a face, foi sucedida pela comunicação mediada, onde a relação entre emissor e receptor é alterada em aspectos decisivos (HJARVARD, 2012, p. 59).

Hjarvard (2012) cita Shulz (2004) e Krotz (2007), que usam o conceito de midiática para especificar também a mudança social promovida pelos meios de comunicação em um sentido mais amplo. Para Winfried Shulz (2004 *apud* HJARVARD, 2012), a comunicação e as interações humanas são alteradas pelos meios de comunicação em quatro tipos de processo:

⁶ Professor doutor do *Department of Media, Cognition and Communication* da *University of Copenhagen, Denmark*.

(1) eles *entendem* [grifos do autor] as possibilidades de comunicação humana tanto no tempo quanto no espaço; (2) *substituem* as atividades sociais que anteriormente ocorriam face a face; (3) *incentivam* uma fusão de atividades; a comunicação pessoal se combina com a comunicação mediada e os meios de comunicação se infiltram na vida cotidiana; (4) os atores de diferentes setores têm que adaptar seu comportamento para *acomodar* as valorações, os formatos e as rotinas dos meios de comunicação (HJARVARD, 2012, p. 60).

Já Krotz (2007 *apud* HJARVAD, 2012, p. 59) considera a midiatização como um “processo contínuo em que os meios alteram as relações e o comportamento humanos e, assim, alteram a sociedade e a cultura”. Para ele, desde o início do uso da escrita e leitura, a midiatização vem acompanhando a atividade de forma contínua. A partir do surgimento de conexões em rede com o advento da rede mundial de computadores, a midiatização alcançou níveis ainda mais profundos de alteração na sociedade. A forma de nos relacionarmos com a internet e as infinitas possibilidades de seu uso interferiram de tal maneira na forma de nos relacionarmos com o mundo e as pessoas que, para o filósofo francês Pierre Lévy (1999), surge aí um novo espaço social, virtualizado.

Em seu livro *Cibercultura* (1999), Lévy traz suas considerações sobre o crescimento de um novo meio de comunicação que se baseia na interligação de computadores, o ciberespaço, originando-se, a partir disso, segundo ele, a cibercultura. “A cibercultura expressa o surgimento de um novo universo, diferente das formas que vieram antes dele no sentido de que ele se constrói sobre a indeterminação de um sentido global qualquer” (LÉVY, 1999, p. 15).

Sobre os conceitos de ciberespaço e cibercultura, Lévy (1999, p. 17) explica:

O ciberespaço é o novo meio de comunicação que surge de interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abria, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “Cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço.

Essa revolução tecnológica concentrada nas Novas Tecnologias de Informação e Comunicação está promovendo mudanças significativas e

aceleradas na sociedade, através de um novo sistema de comunicação com linguagem universalizada que “permite a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e humores dos indivíduos” (CASTELLS, 1999, p. 22). Segundo Castells (1999), as redes interativas de computadores estão em expansão e permitindo a criação de novas formas e canais de comunicação, que moldam a vida e, ao mesmo tempo, são moldadas por ela. No entendimento de Fausto Neto (2006), têm ocorrido mudanças no modo como o capitalismo organiza a vida social, originando as novas formas de mediação/intermediação.

A interação mediada pelos meios de comunicação altera nossa capacidade de controlar a maneira como a situação social é definida, para controlar o uso da comunicação verbal e não verbal e dos acessórios e para definir limites territoriais na interação (HJARVARD, 2012).

Isso tem consequências de longe alcance, três das quais são de interesse aqui: primeiro, os meios de comunicação tornam consideravelmente mais fácil para os indivíduos atuar em vários palcos simultaneamente; em segundo lugar, os participantes podem otimizar mais facilmente a interação social em benefício próprio; e terceiro, as relações mútuas entre os participantes, incluindo normas de comportamento aceitável (deferência, tom etc.), se alteram (HJARVARD, 2012, p. 79).

Em *Câmera Privê*, pode-se perceber como o corpo está atrelado ao consumo a partir da virtualização das relações sexuais mediante transações comerciais entre seus usuários, em um mundo dominado pelo mercado de bens simbólicos. Se, por um lado, a sensação de liberdade de produção intelectual/audiovisual, compartilhamento de informações e articulação social na contemporaneidade tem encorajado discursos libertários, a indústria do entretenimento (a mídia aqui tem seu importante papel) nos instrumentaliza em forma de rede. Ainda que a internet nos traga possibilidades múltiplas de usabilidade, a sociedade consome produtos e torna-se usuária de dispositivos e redes sociais na internet de mega conglomerados midiáticos capitalistas.

Assim, ao invés do ato social, a rede. Do vínculo, ao fluxo. Do contrato social, à terceirização generalizada. Referências fundacionais são mandadas para os ares, consequências da lógica reinante da sociedade segundo a qual “vivemos no ar”, a tal da modernização líquida aludida por Bauman (FAUSTO NETO, 2006, p. 4).

Em *Câmera Privê*, o potencial de interação e as trocas de afetos (com finalidades sexuais, predominantemente) lançam o corpo à categoria de objeto de consumo e passivo de exploração pelo capital, estando seus usuários conscientes ou não. Somos virtualmente potencializados em presença, vivência e em possibilidade de objetificação. Seria a personalização da “modernidade líquida”.

Janela indiscreta: exibicionismo e sexo virtual em *Câmera Privê*

O *site* de relacionamento *Câmera Privê*⁷ é uma das mais famosas páginas de interação social através do uso de *webcams* para fins sexuais, para relações virtuais entre dois ou mais membros, ou mesmo consumo e produção de imagens de exibicionismo sexual *online*. Operado pela Dark Media Group LTDA, com sede em São Paulo, *Câmera Privê* oferece ao usuário um ambiente virtual para interação com outras pessoas através de texto, áudio e/ou vídeo em tempo real, 24 horas por dia, todos os dias da semana.

Destinado para maiores de 18 (dezoito) anos, o *site* oferece seu conteúdo de forma parcialmente gratuita. O visitante que queira assistir aos *shows* e conversar com o modelo o fará mediante registro e compra de “pacotes de crédito”, usados para pagar por minuto de *shows*, ter acesso a fotos e/ou vídeos exclusivos e dar gorjetas aos performistas. O modelo escolhe quanto quer cobrar por minutos de exibição (preços variam de 0,90 até 2,55 créditos por minuto) e conceber a sua performance. Após a apresentação, o usuário (cliente) poderá fazer uma avaliação com notas de 0 a 10. Caso deseje manter o contato e acompanhar as atualizações de fotos e vídeos do modelo, o *site* oferece a possibilidade de o cliente seguir o seu perfil.

⁷ Disponível em: <www.cameraprive.com.br>. Acesso em: 25 jul. 2016.

Figura 1: Na página inicial são expostos os vídeos mais acessados, separados por gênero



Na tela inicial, a interface da página oferece uma estrutura de fácil navegabilidade, com *menu* e um catálogo de vídeos em destaque, aqueles mais acessados pelos usuários do *Câmera Privê* (Figura 1). Essa estrutura da página apresenta características muito similares aos *sites* de conteúdos pornográficos convencionais, como *RedTube* e *XVideos*, ao distribuir os modelos em catálogo de vídeos convidativos ao clique. O formato quadrado de cada janela permite uma distribuição harmônica e de fácil navegabilidade em telas responsivas de *smartphones* e *tablets*, em que a condução do clique pelo *mouse* dá lugar ao toque dos dedos.

Para ter acesso às transmissões do *site* não se faz necessário cadastrar as informações pessoais, mas somente a opção de *login* (oferecida de forma gratuita) permite ao usuário ter acesso aos *chats* e conversar com os modelos durante o *show* na *webcam*. Além disso, o usuário cadastrado pode também fazer sua própria transmissão e ganhar contribuições em dinheiro dos seus espectadores. Os não pagantes, porém, somente têm direito a dois minutos de permanência em cada janela.

No *Câmera Privê*, os modelos são pagos durante os seus *shows*, com base no total de fichas enviadas pelos espectadores como gorjetas, com tarifas

que chegam a R\$ 2,50 por minuto de exibição, além dos presentes que os clientes podem oferecer. Os modelos podem escolher o dia e a hora de trabalhar e recebem até 65% de todo dinheiro arrecadado no *show* (a outra parte fica com o *site*, pelo custo da mediação) através de depósito em conta.

Os pacotes de crédito variam entre R\$ 29,90 e R\$ 299,90, com transações feitas por intermédio da *PagSeguro*, através de cartão de crédito, boleto bancário, depósito *online* e saldo do próprio *PagSeguro*. Para garantir a discrição do cliente, a cobrança na fatura vem com o nome “PagSeguro*Conteúdo”, de modo a não gerar exposição. Essa prática é muito comum também em transações feitas em motéis e *sex shops*, ambientes onde os clientes costumam solicitar discrição.

Segundo tabela exibida no *site*, em média, a tarifa de um *chat* privado é de 2.40 créditos por minuto e do *chat* simples é de 1.35 créditos por minuto. Um pacote de 30 créditos dá direito em média a 22.2 minutos de *show* simples.

Sites como o *Câmera Privê* formam com outras mídias especializadas em conteúdo adulto (TVs, revistas, filmes) uma gama de possibilidades de formatos de consumo de pornografia na contemporaneidade, movimentando um mercado lucrativo em todo o mundo. A sexualidade humana é explorada em uma escalada do erotismo, da moda à publicidade. Baudrillard (2007) aponta que a sexualidade vem atrelada à sociedade do consumo, sobredeterminando espetacularmente todo o domínio significativo das comunicações de massa. Para esse autor, tudo o que é oferecido para ser visto ou ouvido assume ostensivamente a vibração sexual, deixando claro estar ao mesmo tempo a sexualidade enquanto proposta de consumo.

[...] por meio da indexação cada vez mais sistemática da sexualidade nos objetos e nas mensagens comercializadas e industrializadas, acabam estes por ser desviados da racionalidade objetiva e aquela da sua finalidade explosiva. A mutação social e sexual realiza-se assim por caminhos traçados, cujo terreno experimental permanece o erotismo cultural e publicitário (BAUDRILLARD, 2007, p. 191).

O crescimento do consumo da pornografia e das relações sexuais virtuais é reflexo das mudanças profundas nas relações mútuas do sexo, bem como na relação individual dos sujeitos com o corpo e o sexo. Baudrillard (2007) aponta para uma urgência real dos problemas sexuais. Ele indaga se o anúncio sexual da sociedade moderna não atuaria como alibi para os próprios problemas e se, por meio da oficialização sistemática, não se dará uma evidência enganadora de liberdade, “que mascara as suas profundas contradições” (BAUDRILLARD, 2007).

Os usuários em *Câmera Privê* podem interagir por vídeo (com uso de áudio ou não) e janelas de diálogos escritos na barra lateral imediatamente localizada à direita do vídeo. Ora, se nessa relação virtual está estabelecida uma troca de estímulos sexuais entre sujeitos mediante pagamento, podemos concluir que, nesse caso, estamos diante de uma forma de prostituição virtual? Considerando que o espaço em uma sociedade organizada em rede constitui uma lógica que ultrapassa os limites geograficamente localizados, a prostituição se virtualiza no ciberespaço através dos encontros atômica e distantes, mas próximos nas condições do virtual.

Nos sites da Internet, onde (quase) todas as fantasias sexuais podem ser realizadas mediante pagamento que varia segundo a extravagância da demanda, surgiu a prostituição virtual: sexo vendido por meio de imagens fotográficas, filmes, e mesmo “ao vivo”, via webcam (CECCARELLI, 2008, p. 10).

Nesse sentido, a prostituição virtual se diferencia da pornografia porque exige a interação mútua entre dois os mais sujeitos através do uso de dispositivos digitais e mediante pagamento, enquanto a pornografia se caracteriza pelo consumo de elementos sexuais audiovisuais sem a condição de estímulos recíprocos entre quem deseja e é desejado. Portanto, percebe-se em *Câmera Privê* não apenas o consumo pornográfico de vídeos e imagens pelos usuários, mas também uma relação comercial de corpos como objetos de consumo e desejo expostos em vitrines mundializadas.

Figura 2: Site oferece rendimentos de até 10 mil reais aos usuários performistas



Se na prostituição presencialmente atômica há a figura do “cafetão” ou “cafetina” como agenciadores na relação de oferta e demanda das relações sexuais, virtualmente essa figura se incorpora aos *sites* como o *Câmera Privê* que atuam na mediação do consumo dos corpos enquanto objetos de desejo.

Para Baudrillard (2007), toda psicofuncionalidade do corpo, antes analisada, assume todo o seu sentido econômico e ideológico. O corpo e a beleza ajudam a vender, e o erotismo, segundo ele, promove igualmente o mercado. Assim como a força de trabalho, que durante todo um processo histórico procurou emancipar-se, o corpo busca libertar-se e emancipar-se para fins da lógica de produção.

Importa que o indivíduo se tome a si mesmo como objeto, como o mais belo dos objetos e como o material de troca mais precioso, para que, ao nível do corpo desconstruído, da sexualidade desconstruída, venha a instituir-se um processo econômico de rentabilidade (BAUDRILLARD, 2007, p. 178).

Em *Câmera Privê*, os modelos investigados se colocam como profissionais que estão exercendo uma função remunerada e dentro de regras impostas pelo *site*, muito embora não afirmem que isso se trate de uma prostituição. Isso pode ser observado no depoimento de Alinne Fernandes, que utiliza o *username* “Gatinha SP” em seu perfil de modelo no *site*. Residente em São Paulo, a jovem é jornalista e nas horas vagas se expõe no *Câmera Privê* para ganhar dinheiro dos clientes que ela consegue fidelizar em suas performances em frente à *webcam*. Ela promete levar os clientes ao gozo, mas não aceita fetiches e má educação. Essa negociação projeta uma ideia de moral e seriedade, na busca aparente de uma justificativa para uma atividade remunerada que foge à norma padrão de mulher recatada e moralmente aceita na sociedade. Talvez por esse motivo ela reitere em sua descrição no *site* que não é garota de programa, mas uma modelo.

A virtualização de sua presença, projetada na tela de um computador ou outro dispositivo móvel, e a exposição de suas partes íntimas mediante pagamento em dinheiro não lhe imputam, de acordo com o que deixa evidente em seu discurso, uma violação ao seu corpo sacramentado. Não é um dedo, uma extensão ou o próprio pênis, mas a captura de uma câmera que adentra em seu corpo. Isso diminui o peso do ato e da consciência moral que carrega. Não há resquício do outro, suor ou fluidos, apenas uma troca entre si mesma e uma máquina que não goza.

A performance sexual em *Câmera Privê* é uma interação entre modelos e clientes, em troca de estímulos e em um jogo da negociação constante. Cada peça de roupa tirada provoca os olhares ansiosos de clientes, que incentivam os modelos com doações em dinheiro à espera do grande momento em que a nudez será exposta e o jogo da sedução traduzirá o investimento no gozo tão esperado.

Considerações finais

A virtualização das relações sociais a partir do uso de dispositivos digitais como telefones, computadores e aparelhos de rádio e televisão dispensa que os interagentes nessa relação mediada precisem estar no mesmo espaço e ao mesmo tempo para que a interação aconteça. Nossas possibilidades de experimentação sensorial com o corpo já não encontram limites claramente definidos. Virtualizamos nossa presença, nosso desejo, prazer e sentidos. Somos frutos do meio que nos faz sujeitos únicos, subjetivos, mas que paradoxalmente nos homogeneiza em massa e objeto de consumo e para consumo. São essas alterações na sociedade que implicam novas formas de sociabilidade e interação com propósitos sexuais.

A interação mediada pelos meios de comunicação altera nossa capacidade de controlar a maneira como a situação social é definida, para controlar o uso da comunicação verbal e não verbal e dos acessórios e para definir os limites territoriais na interação.

Os dispositivos disponíveis na nova configuração da sociedade em rede tornaram consideravelmente mais fácil para os indivíduos atuarem em vários palcos simultaneamente. Outra questão é que os usuários da internet, inclusive os do *site Câmera Privê*, têm autonomia e podem otimizar mais facilmente a interação social em benefício próprio. Além disso, as relações mútuas entre os participantes, incluindo normas de comportamento aceitável, alteram-se constantemente no *site Câmera Privê*.

Nessa rede social de relacionamento, percebemos como o corpo está atrelado ao consumo a partir da virtualização do desejo e das relações sexuais mediante transações comerciais entre seus usuários, em um mundo dominado pelo mercado de bens simbólicos. Se, por um lado, a sensação de liberdade de produção intelectual/audiovisual, compartilhamento de informações e articulação social na contemporaneidade tem encorajado discursos libertários, a indústria do entretenimento (a mídia aqui tem seu importante papel) nos instrumentaliza em forma de rede.

Ainda que a internet nos traga possibilidades múltiplas de usabilidade, a sociedade consome os produtos e torna-se usuária de dispositivos e redes sociais na internet de mega conglomerados midiáticos capitalistas. Em *Câmera Privê*, o potencial de interação e as trocas de afetos (com finalidades sexuais, predominantemente) lançam o corpo à categoria de objeto de consumo e passivo de exploração pelo capital. Somos virtualmente potencializados em presença, vivência e em possibilidade de objetificação.

Referências

- AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. *Sessões do imaginário*, Porto Alegre, n. 35, 20 dezembro 2008.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 2007.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CECCARELLI, Paulo Roberto. Prostituição: o corpo como mercadoria. *Mente e Cérebro – Sexo*, v. 4 (edição especial), dez. 2008.
- FAUSTO NETO, Antônio. Mídiação, Prática Social: Prática de Sentido. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (Compôs), 15, 2006, Bauru/SP. *Anais...* CD-ROM.
- GIDDENS, Anthony. *A Transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: Editora da UNESP, 1992. 228 p.
- HJARVARD, Stig. Mídiação: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *MATRIZES*, São Paulo, ano 5, n. 2, p. 53-91, jan./jun. 2012. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/MATRIZES/article/view/8139>>. Acesso em: 12 ago. 2016.
- LEMOIS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. 7. ed. Porto Alegre: Sulina, 2015. 295 p.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999. 264 p.
- LÉVY, Pierre. *O Que é o Virtual*. São Paulo: Editora 34, 1996.
- PAIVA, Raquel. Novas formas de comunitarismo no cenário da visibilidade total: a comunidade do afeto. *MATRIZES*, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 63-75, jul./dez. 2012.
- PRIMO, Alex. *Enfoques e desfoques no estudo da interação mediada por computador*. n. 45, 2005. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/enfoques_desfoques.pdf>. Acesso em: 04 ago. 2016.
- REBS, R. Reflexão Epistemológica da Pesquisa Netnográfica. *Comunicologia*, n. 8, 1º sem. 2011.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2009. 268 p.

