



XVI Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Universidade Federal de Santa Maria/RS.

## **Pornografia Amadora e Homoerótica na plataforma X: Um Olhar Sob a Perspectiva das Mediações Numéricas<sup>1</sup>**

David Nogueira da Costa <sup>2</sup>

### **Introdução**

Os "perfis +18"<sup>3</sup> do X (antigo Twitter) são um conjunto de páginas existentes na plataforma e identificadas por Costa (2022) cujo principal objetivo é divulgar conteúdo amador e homoerótico disponibilizado mediante pagamento em outras plataformas que requerem assinatura, como o Only Fans, OnNowPlay, Privacy, etc. Entre os anos de 2020 e 2022, uma pesquisa realizada no âmbito de um mestrado em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (UFC) identificou as principais estratégias de divulgação, bem como as rotinas de produção, empregadas por homens gays produtores de conteúdo no X. Estas estratégias — articuladas individualmente e em parcerias — visam publicizar este tipo de conteúdo na plataforma, gerando engajamento nos perfis, atraindo visibilidade e potenciais clientes que desejem pagar para ver mais em outros sites, como o Only Fans.

O referencial teórico foi construído de forma que pudesse dar conta das discussões sobre sexualidade, performance de gênero e capitalismo, bem como articulá-las às reflexões sobre plataformização e pesquisas em âmbitos digitais. Portanto, os trabalhos sobre regime farmacopornográfico, tecnogênero, capitalismo biopolítico e pornotopia de Paul Preciado

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no PT 11 – Tecnologias digitais, gênero e diversidade do XVI Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Universidade Federal de Santa Maria/RS, realizado nos dias 27 de novembro a 01 de dezembro de 2023.

<sup>2</sup> Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), Mestre em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (UFC), davidnogueira@usp.br

<sup>3</sup> Categoriaêmica.



XVI Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em  
Cibercultura. Universidade Federal de Santa Maria/RS.

(2018; 2020) e tecnologias de gênero de Teresa de Lauretis (1994). Para articular estes conceitos com a problematização sobre a crescente plataformização do cotidiano e do consumo, o trabalho sobre o capitalismo de plataformas de Nick Srnicek (2017) foi essencial.

## **Objetivo**

Tensionando principalmente os conceitos de regime fármacopornográfico (PRECIADO, 2018), tecnologias de gênero (LAURETIS, 1994) e capitalismo de plataformas (SRNICEK, 2017), pretendo elaborar uma reflexão crítica sobre como discursos hegemônicos de gênero e sexualidade podem estar sendo propagados e apropriados a partir do consumo dessa mídia na plataforma X, ajudando a fomentar padrões estéticos e comportamentais do corpo e das formas de sentir desejo e vivenciar a própria sexualidade. Para tanto, problematizo o consumo a partir da perspectiva cultura de Martín-Barbero (2001), entendendo-o como uma prática mediadora no processo de interpretação do mundo e constituição subjetiva dos sujeitos. Entendendo este consumo como uma **mediação cultural e comunicacional**, podemos partir para a noção de mediação numérica (TRINDADE, PEREZ, 2016; TRINDADE, 2018) para tentar responder a seguinte pergunta: como os algoritmos atuam nos processos comunicacionais de consumo de pornografia amadora e homoerótica no X?

## **Bases teóricas**

Para Paul Preciado (2018) a era fármacopornográfica seria a nova modalidade, ou etapa, do capitalismo no qual as indústrias operam, regulam e modulam novas



XVI Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em  
Cibercultura. Universidade Federal de Santa Maria/RS.

subjetividades sexuais nos sujeitos por meio do consumo. Isto acontece pelas vias dos remédios, hormônios, cirurgias plásticas, treinos corporais, dietas, mídias impressas, visuais e sonoras, como filmes, revistas, publicidades, músicas, fotografias, dentre outros. Esse regime altera ou legitima novas maneiras de cultivar e construir o próprio corpo, entender a própria sexualidade, desejar outras pessoas e se relacionar com outros sujeitos. Partindo disso, ele concebe a ideia de tecnogênero, inspirado pela noção de tecnologias de gênero de Teresa de Lauretis (1994). Para ela, o gênero aparece "como produto e processo de um certo número de tecnologias sociais ou aparatos biomédicos" (LAURETIS, 1994, p. 208). Estas tecnologias podem ser pedagógicas (escolas), institucionais (Estado), religiosas (Igrejas, crenças) e midiáticas (cinema, fotografia).

Utilizo também a categoria "plataforma" de Nick Srnicek (2017) que as vê como infraestruturas digitais cujas funcionalidades permitem interações entre grupos distintos. O que deve ser salientado aqui é que dentre estes grupos há sempre pelo menos um com interesses financeiros cujos objetivos serão atingidos a partir da extração e análise de dados sobre os outros grupos. Em suma, em uma plataforma podemos sempre encontrar interações entre internautas comuns, mas também entre consumidores e marcas, além de relações não tão óbvias, como as que ocorrem entre os donos destas plataformas, os engenheiros de computação que constroem essas infraestruturas e, em alguns casos, os anunciantes que alugam espaços para promover os seus produtos.

Para Trindade (2018) há uma **mediação numérica** que já atua e fomenta as nossas formas de sociabilidade, se espalhando também para o âmbito do consumo. Os algoritmos, de acordo com as suas programações e com os cálculos que realizam a partir das atividades dos sujeitos consumidores, indicam promoções, opções de compra, avaliações de outros consumidores e perfis de influenciadores digitais que tenham alguma relação com o produto que está sendo consumido. A partir disso, podemos deduzir que a lógica programadora dos

números atua na modulação e formação dos nossos gostos e desejos, do que queremos ou não consumir e nos vínculos que construímos ou não com as marcas.

Seguindo estas perspectivas e levando em consideração os conceitos e problematizações apresentados, podemos pensar um pouco sobre as mediações numéricas no contexto de produção, circulação e consumo de pornografia amadora e homoerótica no X.

Figura 1 – Segundo Mapa Metodológico das Mediações



Fonte: Convenio Andrés Bello, Bogotá, 1998; Ed. UFRJ, Rio de Janeiro, 2001, p. 11-22;  
Introducciones. Introducción 2, p. 13-21.

Retomando, principalmente, o mapa das mediações proposto por Martín-Barbero (2001), podemos situar as plataformas digitais por onde a pornografia amadora e homoerótica é acessada, as pornotopias contemporâneas, no eixo dos formatos industriais. Estes formatos serão manipulados e acessados tanto pelos produtores, situados no eixo das lógicas de produção, quanto pelos consumidores, situados no eixo das competências de recepção. Os produtores, por meio da mediação da tecnicidade, irão publicizar e fazer esse



XVI Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em  
Cibercultura. Universidade Federal de Santa Maria/RS.

conteúdo circular nos formatos industriais. Já os consumidores, por meio das ritualidades, irão consumir esse conteúdo. Os algoritmos, por sua vez, encontram-se localizados nos formatos industriais, nas plataformas digitais, mas também estão situados nas relações entre estas tecnologias e os sujeitos que as acessam. Estão, portanto, também na mediação técnica entre produtores e plataformas e nas mediações ritualísticas entre consumidores e plataformas. Há, dessa maneira, uma mediação algorítmica ou numérica presente nos processos de produção, circulação e consumo desse tipo de conteúdo.

Assim, recuperando as discussões anteriormente feitas, podemos começar a problematizar as consequências dessa mediação. Se os produtores de conteúdo adulto e homoerótico efetivamente acionam dispositivos de gênero marcadamente masculinos para conseguir visibilidade nessas plataformas, os signos que remetem a uma performance masculina de gênero excessivamente viril e máscula devem se proliferar muito mais na rede do que outros. Assim, os algoritmos podem estar ajudando a difusão de um discurso de gênero notadamente heteronormativo e opressor.

### **Justificativa**

Em 2020, com o advento da pandemia e do isolamento social causados pelo covid-19, muitas pessoas passam a criar "contas clandestinas" no X a fim de se exibirem nuas e engajarem em formas de sociabilidade afetivo-sexual no espaço virtual. Com isso, o OnlyFans vai ficando cada vez mais conhecido e ganhando mais adeptos, sejam criadores de conteúdo ou consumidores. Uma matéria de abril de 2021 publicada pela Business Insider, veículo importante do âmbito dos negócios, informa que durante o período de isolamento o número de usuários do OnlyFans pulou de 20 milhões para 120 milhões em



XVI Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em  
Cibercultura. Universidade Federal de Santa Maria/RS.

um intervalo de 12 meses<sup>4</sup>. A mesma matéria já anuncia um solapamento da indústria pornográfica tradicional, com alguns dos usuários-criadores chegando a arrecadar cerca de 1 milhão de dólares em suas rendas. Uma outra matéria do mesmo veículo elucida os problemas que essas pessoas enfrentam para conseguir assinantes e como elas usam suas redes sociais "não pornográficas" para construir uma base de fãs, clientes e seguidores<sup>5</sup>.

Dessa maneira, podemos perceber como o mercado de pornografia “amadora” em plataformas digitais torna-se um negócio cada vez mais rentável, articulando diferentes sites num circuito de produção-publicização-consumo. Torna-se, então, necessário investigar de quais maneiras a circulação desse tipo de conteúdo pode estar fomentando maneiras padronizadas de como se comportar sexualmente, atentando-se para a proliferação de discursos que reforcem padrões estéticos e sexistas.

### Referências bibliográficas

COSTA, David Nogueira da. **Conteúdo adulto e masculinidades em rede**: um estudo sobre os perfis +18 do Twitter. Orientador: Antonio Cristian Saraiva Paiva. 2022. 133 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Programa de Pós-graduação em Sociologia, Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2022.

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

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. Comunicação, Cultura e Hegemonia. 2ed. Rio de Janeiro. ED.UFRJ. 2001.

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

<sup>4</sup>BUSINESS INSIDER. OnlyFans has boomed during lockdown: users spent \$2.4 billion on the adult-entertainment site in 2020, and 120 million people now use it. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/onlyfans-lockdown-boom-transactions-hit-24b-revenue-up-553-2021-4>. Acesso em: ago. 2022.

<sup>5</sup>BUSINESS INSIDER. How top influencers on OnlyFans are using social media to build massive followings and earn 6 figures on the ‘paywall of porn’. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/how-onlyfans-sex-work-entrepreneurs-social-media-strategies-monetize-subscriptions>. Acesso em: ago. 2022.



XVI Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em  
Cibercultura. Universidade Federal de Santa Maria/RS.

edições, 2020.

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

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

TRINDADE, Eneus. **Das mediações comunicacionais à mediação comunicacional  
numérica no consumo**. Comum. Rio de Janeiro: Escola de Comunicações e Artes,  
Universidade de São Paulo. Disponível em: [https://www.eca.usp.br/acervo/producao-  
academica/002916859.pdf](https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002916859.pdf). Acesso em: 21 ago. 2023. , 2018

### **Palavras-chave**

pornografia amadora; X; mediação numérica; consumo; plataformas digitais